

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Юров Сергей Серафимович
Должность: ректор
Дата подписания: 29.05.2026 14:03:01
Уникальный программный ключ:
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНА И МОДЫ

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

от « 28 »

мая

2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.О.18 «ИСТОРИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

проектный

Направленность (профиль):

«Графический дизайн»

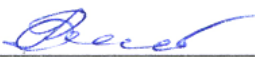
Форма обучения:

очная

Москва 2026

Разработчик (и): Рымшина Татьяна Алексеевна – кандидат искусствоведения, доцент, член Союза художников России.

«28» мая 2026 г.


(подпись)

/Т.А. Рымшина /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 1015 от 13.08.2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета ФДМ


(подпись)

/В.В. Самсонова/

Заведующая кафедрой разработчика
РПД, доцент, кандидат
культурологии


подпись

/ Э.М. Андросова/

Протокол заседания кафедры № 3 от «28» мая 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины
4. Результаты освоения дисциплины обучающимся
5. Объем дисциплины и распределение видов учебной работы по семестрам
6. Структура и содержание дисциплины
7. Примерная тематика курсовых работ
8. Фонд оценочных средств по дисциплине
9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины
11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины
12. Приложение 1

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: ознакомление студентов с концептуальными основами истории графического дизайна, освоение информационно-коммуникативных процессов, связанных с формированием визуальной культуры и требованиями общества, выявление роли графического дизайна в современной рекламе и рекламных технологиях, развитие навыков аналитического мышления и художественного видения, расширение кругозора, повышение общей культуры.

Задачи:

- дать представление о специфике и сущности истории графического дизайна, роли графического дизайна в художественном формообразовании;
- сформировать у студентов представления об особенностях развития графического дизайна и его взаимосвязях с искусством, рекламой и техническим прогрессом;
- привить умение увязывать изменения в графическом дизайне с исторической системой, с философско-эстетическими взглядами эпохи, стилевыми тенденциями;
- дать представление об особенностях развития зарубежного и отечественного графического дизайна, их взаимодействии и взаимовлиянии;
- выработать у студентов аналитический подход при рассмотрении рекламного продукта и специфики графической проектной культуры;
- показать студентам основы рекламных технологий и широкий выбор средств, которые предоставляет сегодня графический дизайн как проектная культура для решения рекламных задач;
- формирование навыков самостоятельной и коллективной работы студентов по тематике и проблематике истории графического дизайна;
- обучение системно-историческому подходу в восприятии и анализе явлений графического дизайна.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Осваивается: 5 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-1 - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ОПК-1 - способен применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи	Знать: способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи Уметь: выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи Владеть: навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи
ОПК-1 Способен применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	ОПК-1.1. Применяет знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности	Знать: способы и методы применения в профессиональной деятельности знаний в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна Уметь: применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности Владеть: навыком применения знаний в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «История графического дизайна» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, составляет: 3 з.е. / 108 час.

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
Аудиторные занятия	54
<i>в том числе:</i>	
Лекции	36
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	54
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Зачет с оценкой
Трудоемкость (час.)	-
Общая трудоемкость з.е. / часов	3 з.е. / 108 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Очная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	История графического дизайна. Стили: «барокко», «классицизм», «викторианский стиль», «искусство и ремесла», «модерн» и «реализм»	4	2	-	6
2	Основные этапы развития рекламы в Западной Европе и Америке от античности до Нового времени	4	2	-	6
3	Развитие рекламы в Западной Европе и Америки XIX-начала XX века	4	2	-	6
4	Стили графического дизайна в начале XX века «Немецкий Веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм»	4	2	-	6
5	Стили графического дизайна: «функционализм», «фотоэкспрессионизм», голландская школа графического дизайна, «ар-деко»	4	2	-	6
6	История рекламно-плакатной графики	4	2	-	6
7	Основные этапы развития рекламной графики и плаката в дореволюционной России	4	2	-	6
8	Графический дизайн в послереволюционной России и художественный авангард	4	2	-	6
9	Стили в графическом дизайне конца XX века: «модернизм», «постмодернизм» и общие тенденции развития	4	2	-	6
Итого (часов)		36	18	-	54
Форма контроля:		Зачет с оценкой			
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема №1. История графического дизайна. Стили: «барокко», «классицизм», «викторианский стиль», «искусство и ремесла», «модерн» и «реализм»

Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне.

Графический стиль «барокко». Журнальный бум и графический стиль в Европе XVIII века. Каллиграфия и гравировальный рисунок. Социокультурные истоки стиля «барокко» и его презентационные функции.

Трансформация журнального облика и стиль «классицизм». XIX век и обращение европейского и российского общества к идеалам античной культуры, эстетике порядка и гармонии. Связь композиционных и изобразительных составляющих графики с основами «классического» стиля в архитектуре. Влияние технических новшеств на графическое оформление книги и печатных изданий.

«Викторианский стиль» и изобретение Томасом Бьюиком торцевой гравюры. Роскошь, излишества в жизни аристократии и индустриальная революция. «Новое время» (1820-1900) – период расцвета науки, техники, технологический прорыв, становление рекламной индустрии. Протест против «викторианского стиля» как начало пути к графическому дизайну. Проникновение периодики в политическую жизнь, сатирический журнал и рождение комиксов. Цвет в журнале.

Наступление машинной и фотомеханической техники и кризис в эстетике потребления. Протест против эстетической эклектики рекламы и луддиты.

Создание группы английских художников «Братство прерафаэлитов». Возврат к идеалам эпохи Возрождения. Данте Габриель Россети, Джо Эверетт Миллес, Эдуард Берн-Джонс. Новое оформление книги и Эдвард Моксон. Уильям Морис и его анти-индустриальные постулаты. «Искусства и ремесла» – движение за возвращение к идеалам ручного труда. Создание гарнитур Чосер, Экмана и возникновение понятия: дизайн. Шаги художников и гравёров к пониманию графики как профессии.

Стиль «модерн» – первый интернациональный стиль. Идея стилевой цельности, универсальные принципы проектирования. Влияние японской гравюры и классической живописи на графический язык модерна. Альфонс Муха и его творческий путь. Идея синтеза искусств. Проникновение нового стиля в архитектуру, живопись и графику. А. Гауди, П. Гоген, П. Боннар, Г. Климт, Э. Мунк, Обожествление женского образа и использование его в рекламных обращениях. Мода на все темное, изысканное и неземное. Эстетический кризис в промышленном производстве, конец XIX века. Потребность рекламы в фирменном стиле, фирменной идентификации, унификации графического языка и ограничения, кризис идеалов стиля «модерн».

Графический стиль «реализм» и информационные задачи. Перемены в технологии производства печатной продукции. Появление фотографии и потребности общества в информации. Появление научных и политических журналов. Новый взгляд на периодику, радикальность стилистики реализма.

Тема №2. Основные этапы развития рекламы в Западной Европе и Америки от античности до Нового времени

Виды рекламы, доставшиеся от античного общества. Жанр объявлений, развернутая реклама и политическая реклама. Потребность в массовой информации. Определение и характеристика трех временных периодов Средневековья. Экономические и социальные процессы Раннего Средневековья в Европе. V-X вв. и возврат к архаичности. Отсутствие профессионального рекламного языка. Демонстративное оформление общественных акций.

Развитое Средневековье, урбанизация и «рекламные» профессии: глашатаи и герольды. XII-XIV вв. и коммерциализация рекламы, возникновение цеховой геральдики и торгово-производственной эмблематики как совокупность знаков отличия.

Значение символов и цветов в средневековой геральдической культуре. Элементы презентации. Цеховые демонстрационные акции. Выставки. Религиозная реклама. Вывески как ориентация в городе. Гравюра и ксилография – технологии, влияющие на возникновение афиши, листовки, каталога и манускрипта.

Печатный станок Иоганна Гуттенберга и последствия для распространения информации. XV-XVI вв. и новые рекламные жанры. Возникновение типографий и издательств. Требования к фирменной идентификации и первые фирменные знаки. Экслибрисы, эмблемы и торговые карточки.

Графическая культура Позднего Средневековья в Европе. Влияние идеалов Эпохи Возрождения на графический стиль печатной продукции. Обращение к классическим идеалам. Начало журналистики в Европе и возникновение первых информационных бюро. Создание первой газеты и ее пространственное распространение. 1657 год – первое рекламное агентство Кромвеля Нетхема и первый профессиональный журнал. Джон Хоутон – отец английской рекламы.

Переход рекламы в межличностные отношения. Журналист американской рекламы – Бенджамин Франклин и его «Пельсильванская газета». Связь американской рекламы с культурой массовых коммуникаций материка.

Тема №3. Развитие рекламы в Западной Европе и Америке XIX-начала XX века

XIX век как эпоха перелома в рекламной коммуникации. Период войн и переоценка социальных ценностей. Экономическое развитие Англии, ее успехи в новых технологиях. Комплексные рекламные агентства, «перекрестные» творческие задачи и инновации в рекламе.

Становление иллюстрированных периодических изданий, деление их по тематическим направлениям. Начало иллюстрированной рекламы в прессе. Журнал «Farmer». Вторая половина XIX века и плакатный бум.

Монументальная живопись – как предплакатная форма рекламы. Ассоциация плакатистов. Массированные рекламные кампании.

Реклама во Франции: традиции и новаторство.

Художественные приемы живописи и графики, заимствованные рекламой. Японская гравюра XVIII-XIX вв. и ее влияние на европейскую культуру XIX века. Ксилография. Кацусика Хокусай, импрессионисты.

Плакаты и афиши Тулуз-Лотрека. Теофиль Стейнлен и коммерческий плакат. Особенности плакатной графики Альфонса Мухи. Обри Бердслей.

Направления развития рекламы в Германии. Обновление традиций: вещь и «тевтонский стиль». Люциан Берхард и его рекламные графические образы. Приманки премиальной торговли.

Витрина как зеркало рекламного дела. Первая упаковка. Рекламные марки продукции. Выставки как общеевропейский рекламный жанр.

Технический прогресс и бум товаров потребления. Влияние развития рекламы в Европе на североамериканскую рекламу. Рекламная изобретательность Финеаса Тэйлора Барнума. Изобретательность газетной рекламы. Патентная лихорадка.

Рекламный процесс в Европе, Америке в начале XX века. Рекламные агентства полного цикла. Первый медиаброкер. Экспансия рекламы. Товарные знаки. Упаковка.

Особенности рекламной индустрии в США. Цветная реклама американских журналов. Рекламные агентства полного цикла. Реклама автомобилей и технических новинок.

Джон Пауэрс – гениальный сочинитель рекламных текстов. Раймонд Рубикам, Теодор Макманус и «атмосферный стиль».

Начало научных исследований рекламной деятельности. Капитализация прессы и изменение рекламной тактики. Изучение психологических, экономических и социальных факторов влияющих на успех продаж. Профессия маркетолог. Отличие рекламных процессов Европы и Америки. Лидирующее положение Америки в рекламе и насыщенная

культурная жизнь в Европе. Плакатный бум во Франции. Эстетика промышленного производства в Англии. Люциан Бернхард и «Тевтонский стиль» в Германии.

Тема №4. Стили графического дизайна в начале XX века «Немецкий Веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм»

Заказы на фирменные стили и графическое проектирование. Петер Беренс и его вклад в формирование профессии дизайнера. Значение его работы для фирмы AEG. Комплексный подход в проектировании.

Создание Немецкого веркбунда. Связь искусства с повседневной жизнью. Начало нового века и новая действительность. Кубизм – первый новаторский опыт. Два направления в экспериментах: материальное и иррациональное.

Графический дизайн – возникновение отрасли. Американский графический институт в Нью-Йорке. Первая мировая война и особые условия развития американского общества. Рекламное обращение Джеймса Монтгомери. Функциональное использование графического дизайна американской рекламой. Организация Art Directors Club. Появление термина «графический дизайн» и Вильям Двиггинс. Разница между европейским и американским взглядом на эту профессию.

Тема №5. Стили графического дизайна: «функционализм», «фотоэкспрессионизм», голландская школа графического дизайна, «ар-деко»

Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Функционализм и Адольф Лоос. Коммуникативная функция графического дизайна. Создание Баухауза и его роль в развитии и осознании дизайна как профессии. Вальтер Гропиус. Герберт Байер. Йозеф Альберс. Юст Шмидт.

Графический язык школы. Принципы: структурирование, упорядочение и систематизирование. Шрифт Universal. Общие черты архитектуры и типографики функционализма. Чихольд и его принципы: как сделать книгу. Изменение политических и социальных условий в Германии 1933 года. Закрытие Баухауза и первая волна творческой иммиграции в Америку. Проникновение идей и Герберт Миллер.

Голландская школа графического дизайна. Связь школы с традицией классического искусства. Журнал «Still» и группа голландских архитекторов, дизайнеров. Тео Ван Дусбург. Вилмос Гузар. Бат Ван дер Лек. Идеи «типо-рекламы» воспринятые Сесаром Домелой, Питером Звартом и Паулем Шутемой. «Де-стиль» или неопластицизм – как один из опытов выработки нового пластического языка дизайна. Абстракционизм Пита Мандриана. Пит Звард и его работа для Голландской Кабельной Фабрики в Делфте.

Ар деко – «последний большой стиль». Международная выставка декоративного искусства и промышленности, 1925 год, Париж и ее последствия. «Русские сезоны» Дягилева. Архитектура стиля «ар деко». Одиннадцать факторов, влияющих на формирование эстетики данного стиля.

Фовизм – направление французской живописи и Streamline Moderne. Анри Матисс и локальный, непредметный цвет. Манифест Филиппо Томмазо Маринетти и футуризм. Джино Северини. Джакомо Балла. Умберто Боччони.

«Эпоха потерянного поколения» и эклектика «роскошных» стилей. Ар деко, рисованная иллюстрация и изменение подхода при проектировании обложек журналов. Решение рекламных задач: узнаваемости и идентификации. Влияние ар-деко на работу рекламных агентств Америки при разработке знаков и фирменного стиля. Обложки журнала «Vogue».

Тема №6. История рекламно-плакатной графики

Графический дизайн и реклама Рекламная графика «малых форм»: иллюстрированная бумага, пригласительные карточки, фирменные бланки и открытки.

Формирование плаката как новой формы графического дизайна и его функции. Театральный плакат А. Тулуз-Лотрека. Роль Жюля Шере в развитии европейского

плаката. Декоративно-рекламные плакаты Альфонса Мухи, Пьера Боннара, Густава Климта. Американский путь развития рекламы. Регулирование рекламных приемов. «Клуб потребителей». Рекламные агентства Америки. Lord&Thomas. Рекламные кампании Клода Хопкинса. Графические стили авангарда 1920-х – 1930-х гг. и рекламные технологии. А. Кассандр. Л. Марфурт. «Станковизм» в рекламе. Шаблонные приемы и кризис рекламной индустрии. Плакаты Норманна Рокуэлла.

Эмиграция и образ графического искусства в Соединенных Штатах в 1940-1950 гг.

Создание «массового рынка» и «массовой потребительской идеологии». Культ вещи. Массовое рекламное искусство. Диктат маркетинговых технологий в 1960-1970 гг. Американская рекламная графика 1930-1950 гг.

Фетишизация предмета рекламой. Реклама фирмы «Кока-Кола». Реакция общества и искусства на массовую потребительскую культуру. Поп-арт. Эстетика.

Идеология потребления в Америке. Разрушение стереотипов массового мышления. Энди Уорхол, Клаас Олденбург, Том Весселман, Джеймс Розенквист, Рой Лихтенштейн, Роберт Раушенберг. Реклама в графической стилистике поп-арт. Реклама коллекции *Delicious Art*. Проект *Green Label Apt* компании «Pepsi».

Рекламные коллажи 1950-1960-х г. в Западной Европе и Северной Америке. Графическая реклама Энди Уорхолла и Джеймса Розенквиста.

Тема №7. Основные этапы развития рекламной графики и плаката в дореволюционной России

Эволюция лубочного творчества в России в XIX веке. Афиши подписные, театральные, балаганные. Городские шрифтовые и изобразительные вывески. Появление фирменного знака в России и исходный образ фабричной марки. Упаковка как товарный знак. Русские журналы и изменение мировоззрения общества. Шрифт как самодостаточный элемент печати, прием структурирования страницы.

Прогресс в русской полиграфии конца XIX - начала XX века. Афиши рекламного характера. Расцвет рекламной графики в России. Прикладные формы рекламной графики: упаковка, этикетки, фирменные знаки и пр. Основные художественные направления в рекламной графике: неорусский стиль, стиль модерн, коммерческая реклама и т. д.

Российский рекламный плакат. Малые рекламные формы.

Роль художественного объединения «Мир искусства» в развитии рекламной графики и театральном плакате. Рекламные и театральные афиши М. Врубеля, В. Васнецова, Л. Бакста, К. Сомова. Разнообразие шрифтов в типографической и графической русской культуре. Ежегодные конкурсы под покровительством Русского технического общества на шрифтовые работы по определенной теме. Шрифт С. Чехонина.

Тема №8. Графический дизайн в послереволюционной России и художественный авангард

Государственная поддержка авангардных течений в искусстве Советской России. Развитие агитационно-массового искусства. Движение «Производственное искусство» - основа отечественного дизайна. Роль футуризма в развитии эстетики русского графического дизайна. Концепции супрематизма и конструктивизма в графическом дизайне России. Супрематизм и суперграфика.

Казимир Малевич, Лазарь Лисицкий, Александр Родченко и рекламный плакат как носитель графической эстетики этих художников. Использование графических приемов рекламы в кино. Конструктивизм как новая концепция формообразования. Роль В.Е. Татлина в развитии новых форм графического дизайна. Организация ИНХУКа (1920) и его роль в развитии «производственного искусства».

Деятельность Г.Г. Клуциса и его роль в развитии агитационно-массового искусства, создание агитационных установок для улиц и площадей — пространственных и динамических лозунгов, радиотрибун, кинофотостендов. Фотомонтаж как новый метод создания острых, агитационно-массовых форм искусства.

ВХУТЕМАС - первая школа дизайна в России и его роль в развитии графического дизайна. Деятельность Л.М. Лисицкого, его синтез концептуальных моментов конструктивизма, супрематизма и своих идей в практике полиграфии, выставочных экспозициях и дизайне предметов. Проуны Лисицкого. Л. С. Попова ее роль в развитии графического дизайна и текстиля. В.Ф. Степанова, совместная работа с Л.С. Поповой в орнаментации тканей и разработке прозодежды. Создание реклам-конструкторов. Деятельность В. Маяковского и А. Родченко в создании новых фирменных стилей разных предприятий. Новая эстетика отечественного плаката, использование фотомонтажа, новых выразительных средств. Новая эстетика футуристов как знак нового времени и мировоззрения. Особенности типографики футуристических изданий. Влияние этого направления на современный графический дизайн.

Шрифтовые композиции. Представители этого направления в России. В. Татлин, П. Филонов, М. Шагал, А. Экстер, Н. Гончарова, Э. Лисицкий, В. Кандинский, К. Малевич.

Конструктивизм и его принципы. Владимир Татлин – родоначальник нового направления. Россия – как центр «новой графики». Л. Попова, А. Ганн, В.Степанова, В. Стейберг, А. Родченко. Влияние конструктивизма на развитие мирового графического искусства. Конструктивизм и периодика. Типографика журналов «ЛЕФ», «Новый ЛЕФ», «Строительство Москвы», «Вещь», «Архитектура», «Merz», «Red». Шрифтовые предпочтения стиля. Краткие сведения об истории русских типографских шрифтов в начале XX века. Супрематизм и Казимир Малевич. Выставка 1915 года «Ноль-десять» как первая заявка авангардного стиля. Теория супрематизма. Выработка нового графического языка. Голландский «неопластицизм» и «супрематизм» – сравнительный анализ.

ИНХУК – институт художественной культуры и журнал «Современная архитектура». Особенности супрематической типографики.

Особенности рекламной графики в 1920-х – 1930-х гг. Советская эмблематика. Реклама в журналах. Политический плакат. Возобновление выставочной деятельности. Стилистические приемы рекламного плаката. Торгово-промышленная реклама как средство рекламной коммуникации и агитпропаганды. Экспортная торговля и знак.

Типографика и фотомонтаж. Реклама как институт тоталитарной власти. Принципы станковизма и эпоха социалистических утопий. Театральный и кино-плакат.

Тема №9. Стили в графическом дизайне конца XX века: «модернизм», «постмодернизм» и общие тенденции развития

Швейцарский международный стиль. Генезис и развитие теоретических принципов новой типографики в Германии. Социокультурные и интеллектуальные предпосылки развития новой типографики. Абстрактное искусство и новая типографика в Швейцарии. Становление как первый этап развития стиля, 1930-1940 гг. Формирование и расцвет швейцарского международного стиля, 1940-1960 гг. Представители школы: М.Билл, Э. Келлер, А. Фрутигер, А. Хоффманн. Й. Миллер-Брокманн. Типографика и Э. Рудер, позиция мастера. Предпосылки к переменам. Типографика «новой волны» или «швейцарский панк» и принципы обновления, 1970-х – 1980-х гг. Основатель «новой волны» в типографике Д.Фридман. Э. Грейман. В. Кунц. Шрифты «новой волны». Влияние стиля на развитие мирового графического дизайна.

Новый модернизм. Зарождение нового модернизма в Америке. Герберт Байер и «Новый Баухауз». Йозеф Альберс и факультет графического дизайна при Йельском университете. Идеи авангарда и новое поколение. Определение «модернизм» и видение его как поиски графической выразительности в первой половине XX века. Пол Рэнд. Альвин Ластиг. Фирменный стиль – «дизайн-философия продукта». Лучшие работы по фирменной идентификации, повлиявшие на развитие жанра. Ладислав Сутнар и графический дизайн для корпораций. Ульям Голден. Бредбери Томпсон. Рид Майлз. Герб Любалин и шрифтовой дизайн.

Поп-арт как преддверие «постмодернизма» и бунт против порядка. Неофункционализм Массимо Виньели и «постмодернизм». Поп-культура 1970-х в США и радикальные течения дизайна, новые формы графического языка. Понятие

«постмодернизм» или «постмодерн». «Постмодернизм», его эстетические взгляды как феномен общественной жизни. Разрушение постулата: «форма следует за содержанием». Поль Шер и «ретро-стили». Плюрализм эстетических взглядов. Авторский подчерк дизайнера. Стефф Гайсбулер. Герберт Меттер. Мильтон Глейзер. Девид Карсон. Руди Вандерланс. Барри Дек. Сол Басс. Боб Ван Дейк.

Война дизайнеров за национальное лицо, индивидуальность и непоследовательность. При всем разнообразии стилей постмодернизма, их объединяет эклектика, отсутствие стойкого мировоззрения и большая или меньшая доля абсурда, иррациональности. Нью-йоркская студия «Push Pin» (кнопка), в 1960-е по-своему возродившая кустарную эстетику движения «Arts and Crafts». Влияние цифровых технологий на развитие графического дизайна.

Представление об интернете как о глобальной системе коммуникации. Проблемы, связанные с использованием интернета. Визуальные приемы web-дизайнеров. В чем сложность работы с аудиторией, проблемы восприятия. Положительные и отрицательные стороны этой системы коммуникаций. Роль интернета в жизни общества.

Интернет и рекламные технологии. Особенности восприятия информации. Новые требования к графической стилистике рекламы и web-дизайнерам. Зарождение контекстной рекламы в Рунете в 1998 году. Первые контекстные баннеры на Яндексе.

Вирусная реклама. Интернет, интерактивные средства связи, молодежь и новая эстетика эпохи современных технологий. Типографика и интернет. Перспективы развития и проблемы информационного воздействия. Сравнительный анализ традиционных и новейших средств рекламы.

Распространение машиной (компьютерной) графики — явление, отражающее совокупность приемов и действий, обуславливающих автоматизацию процессов подготовки, преобразования и воспроизведения графической (визуальной) информации с помощью ЭВМ. Использование машинной графики во всех видах графического дизайна, в том числе телевизионной графике (телевизионные заставки, клипы, телереклама и пр.).

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Бенуа А. Н. История живописи всех времен и народов, М.: Директ-Медиа, 2003.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=36372&sr=1
2. Кузвесо́ва Н. Л. История графического дизайна: от модерна до конструктивизма: учебное пособие. Издательство: Екатеринбург: Архитектон, 2015.
Режим доступа: <https://pda.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455462&sr=1>
3. Марусева И. В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы: учебное пособие, Ч. 2. Практикум. Издательство: Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2015.
Режим доступа: <https://pda.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838&sr=1>
4. Муртазина С. А., Хамматова В. В. История графического дизайна и рекламы: учебное пособие. Издательство: Казань: Издательство КНИТУ, 2013.
Режим доступа: <https://pda.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259068&sr=1>
5. Ревалд Д. История импрессионизма, М.: Директ-Медиа, 2009.

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное программное обеспечение:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Браузер Yandex;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций.

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/_ Графический дизайн
3. <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-35604/> - Графический дизайн. Кто такой дизайнер-график?
4. <http://rosdesign.com/design/grafofdesign.htm> _ Графический дизайн, Свойства используемых материалов
5. <http://www.lookatme.ru/tags/> - Графический дизайн — Look At Me
6. <http://www.designonstop.com/useful/books/10-populyarnyx-knig-o-graficheskom-dizajne-i-ob-osnovax-kompozicii-v-dizajne.htm> _ 10 популярных книг о графическом дизайне и об основах композиции

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий

- компьютерный класс оснащен:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная;

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки;

в) наглядные пособия в цифровом виде, слайд-презентации, видеофильмы, макеты и т.д., которые применяются по необходимости в соответствии с темами (разделами) дисциплины;

г) персональные компьютеры, подключенные к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Помещение для самостоятельной работы оснащено:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная;

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки;

в) персональные компьютеры, подключенные к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др.

Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

1-й – организационный;

2-й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна.

Особое внимание необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные явления и факты. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для решения практических задач.

Важную основу самостоятельной работы студента составляет работа над рефератом по одной из тем дисциплины «История графического дизайна» и последующее выступление с презентацией на заданную тему. Эти задания стимулируют развитие логического, рационального и творческого подхода к пониманию задач графического дизайнера.

Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет дизайна и моды
Кафедра дизайна

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б.О.18 «ИСТОРИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА»

Для направления подготовки:
54.03.01 Дизайн
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:
проектный

Направленность (профиль):
«Графический дизайн»

Форма обучения:
очная

Москва 2026

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи	Знать: способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи Уметь: выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи Владеть: навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи
ОПК-1 Способен применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	ОПК-1.1. Применяет знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности	Знать: способы и методы применения в профессиональной деятельности знаний в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна Уметь: применять знания в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности Владеть: навыком применения знаний в области истории и теории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности

Показатели оценивания результатов обучения

[illegible]

Задания для текущего контроля

Пример вопросов для устного опроса:

1. Истоки графического дизайна
2. Истоки формирования фирменного стиля.
3. Основные этапы развития графического дизайна.
4. Графический стиль «барокко».
5. Стиль «классицизм» XIX века и его роль в журнальной эстетике.
6. «Викторианский стиль» и становление индустрии рекламы.
7. Стиль модерн и его унификация графического языка
8. Протореклама – как первый исторический этап развития рекламной индустрии.
9. Реклама Древнего мира.
10. Реклама эпохи Средневековья.
11. Реклама эпохи Возрождения.
12. Реклама Нового времени.
13. Формирование американской рекламы.
14. Становление иллюстрированных периодических изданий.
15. Развития рекламы в Германии.
16. Рекламная индустрия в США XIX века.
17. Роль «Немецкого Веркбунда» в развитии графического дизайна.
18. Футуризм и его влияние на графический дизайн.
19. Влияние конструктивизма на графический дизайн
20. Супрематизм в графическом дизайне.
21. Баухауз и его роль в развитии графического дизайна.
22. Голландская школа графического дизайна.
23. Неопластицизм – как один из опытов выработки нового пластического языка дизайна
24. Ар деко и его роль в развитии графического дизайна.
25. Формирование плаката как новой формы графического дизайна и его функции.
26. Плакаты и афиши Тулуз-Лотрека.
27. Плакатная графика Альфонса Мухи.
28. Американский путь развития рекламы в XX веке.
29. Лубок в России XIX века и его роль в становлении графического дизайна.
30. Рекламная графика в дореволюционной России.
31. Прикладные формы рекламной графики.
32. Рекламные и театральные афиши художников «Мир искусства».
33. А. Бенуа и его роль в развитии детской книги.
34. Графический дизайн К. Сомова.
35. Книжные издания М. Добужинского и др.
36. Основные принципы оформления журнала «Мир искусства».
37. Роль футуризма в развитии эстетики русского графического дизайна.
38. Казимир Малевич, Лазарь Лисицкий, Александр Родченко и рекламный плакат как носитель графической эстетики этих художников.
39. Роль В.Е. Татлина в развитии новых форм графического дизайна.
40. Деятельность Г.Г. Клуциса и его роль в развитии агитационно-массового искусства.
41. ВХУТЕМАС-первая школа дизайна в России и его роль в развитии графического дизайна.
42. Деятельность В. Маяковского и А. Родченко в создании новых фирменных стилей разных предприятий.
43. Новая эстетика плаката и рекламной графики.

44. Будетлянские книги как лаборатория графического дизайна.
45. Авторская книга.
46. Экспериментальная книга 1920-х гг. и ее связь с визуальным творчеством.
47. Театральный и кино-плакат.
48. Виды наружной рекламы в России.
49. Телевизионная реклама и ее разновидности.
50. Реклама в контексте телевидения
51. Новая типографика в Германии.
52. Формирование и расцвет швейцарского международного стиля.
53. Новый модернизм. Фирменный стиль – «дизайн-философия продукта»
54. Ладислав Сутнар и графический дизайн для корпораций.
55. Неофункционализм Массимо Виньели и «постмодернизм».
56. Интернет и рекламные технологии.

Оценка устного опроса производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету с оценкой:

1. Сущность, истоки, функции, художественно-образные средства графического дизайна
2. Протореклама – как первый исторический этап развития рекламной индустрии.
3. Реклама Древнего мира.
4. Реклама эпохи Средневековья.
5. Реклама эпохи Возрождения.
6. Реклама и рекламные жанры Нового времени.
7. Формирование американской рекламы Нового времени.
8. Становление иллюстрированных периодических изданий в Западной Европе Нового времени.
9. Основные этапы развития графического дизайна, стилевые направления в графическом дизайне («барокко», «классицизм», «викторианский стиль») и становление индустрии рекламы.
10. Стиль модерн и его унификация графического языка.
11. Стили графического дизайна: «функционализм», «фотоэкспрессионизм», голландская школа графического дизайна, «ар-деко».
12. Рекламная индустрия в США XIX века.
13. Роль «Немецкого Веркбунда» в развитии графического дизайна.
14. Футуризм и его влияние на графический дизайн.
15. Влияние конструктивизма на графический дизайн.
16. Супрематизм в графическом дизайне.
17. Баухауз и его роль в развитии графического дизайна.
18. Голландская школа графического дизайна.
19. Неопластицизм – как один из опытов выработки нового пластического языка дизайна
20. Ар деко и его роль в развитии графического дизайна.
21. Формирование плаката как новой формы графического дизайна и его функции.
22. Плакаты и афиши Тулуз-Лотрека.
23. Плакатная графика Альфонса Мухи.
24. Американский путь развития рекламы в XX веке.
25. Лубок в России XIX века и его роль в становлении графического дизайна.
26. Рекламная графика в дореволюционной России.
27. Прикладные формы рекламной графики в России.
28. Рекламные и театральные афиши художников «Мир искусства».

29. А. Бенуа и его роль в развитии детской книги.
30. Графический дизайн К. Сомова.
31. Книжные издания М. Добужинского и др.
32. Основные принципы оформления журнала «Мир искусства».
33. «Неорусский» стиль в графическом дизайне России.
34. Роль «Русских сезонов» в развитии рекламы, театрального плаката.
35. Роль футуризма в развитии эстетики русского графического дизайна.
36. Казимир Малевич, Лазарь Лисицкий, Александр Родченко и рекламный плакат как носитель графической эстетики этих художников.
37. Роль В.Е. Татлина в развитии новых форм графического дизайна.
38. Деятельность Г.Г. Клуциса и его роль в развитии агитационно-массового искусства.
39. ВХУТЕМАС-первая школа дизайна в России и его роль в развитии графического дизайна.
40. Деятельность В. Маяковского и А. Родченко в создании новых фирменных стилей разных предприятий.
41. Новая эстетика плаката и рекламной графики.
42. Будетлянские книги как лаборатория графического дизайна.
43. Экспериментальная книга 1920-х гг. и ее связь с визуальным творчеством.
44. Театральный и кино-плакат в России, основные этапы развития.
45. Сравнительная характеристика графических и технологических приемов двух из стилей на основе журнальной обложки (на выбор): «Немецкий Веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм».
46. Типографика. Этапы трансформации профессии. Э.Рудер.
47. Виды наружной рекламы в России.
48. Сравнительная характеристика советского плаката и американской рекламы.
49. Реклама в контексте телевидения. Телевизионная реклама и ее разновидности.
50. Новая типографика в Германии XX века.
51. Сравнительная характеристика русской и немецкой рекламы XX века: общее и особенное.
52. Американская реклама 1930-х – 1950-х годов
53. Формирование и расцвет швейцарского международного стиля.
54. Новый модернизм. Фирменный стиль – «дизайн-философия продукта»
55. Ладислав Сутнар и графический дизайн для корпораций.
56. «Постмодернизм», общие тенденции и разнообразие графических школ.
57. Неофункционализм Массимо Виньели и «постмодернизм».
58. Мастера японского графического дизайна, особенности национальной культуры и влияние европейского мировоззрения.
59. Интернет и рекламные технологии.
60. Развитие плакатного искусства в XX в.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	2-балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	Зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания. 2. Аргументированность выводов. 3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы, способен применять умения при решении общих и нетиповых задач
Хорошо			глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки, способен применять умения при решении общих задач
Удовлетворительно			знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя, имеет навыки в ограниченной области профессиональной деятельности
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик: Рымшина Татьяна Алексеевна – кандидат искусствоведения, член Союза художников России, доцент кафедры дизайна АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры дизайна (Протокол заседания кафедры № 3 от «28» мая 2026 г.).