

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.04.2025 11:23:49
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c5ce7bb8a25c0b0bb55e0e58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ИСТОРИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА**

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль): Графический дизайн и брендинг

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора - 2025

Рабочая программа дисциплины «История графического дизайна» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата) (приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1015)

Автор-составитель: Одношовина Ю.В.

Рабочая программа утверждена и одобрена на заседании кафедры дизайна, рисунка и живописи. Протокол № 09 от 28.04.2025 г.

Заведующий кафедрой дизайна,
рисунка и живописи,
кандидат культурологии, доцент

Ю.В. Одношовина

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля), цели и задачи освоения дисциплины (модуля)	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.....	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	16
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	16
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	17
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	17
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.....	21
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	22

1. НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Наименование дисциплины

История графического дизайна

1.2. Цель дисциплины

Вооружить студентов знаниями, отвечающими современному уровню развития графического дизайна и рекламы, научить свободно, ориентироваться и знать становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры, важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Углубить понимание студентами содержания и характера эволюции профессии и типологии объектов графического дизайна. Экспликация понятий графический дизайн и реклама.

1.3. Задачи дисциплины

В ходе освоения дисциплины студент должен решать такие задачи как:

1. знать исторический генезис графического дизайна в контексте смены исторических парадигм;
2. знать различные подходы и методики проектирования в истории графического дизайна
3. знать основные научные школы, направления, концепции, этапы становления истории графического дизайна;
4. знать тенденции развития проектной и художественной культуры современного общества;
5. уметь владеть навыками исторического и библиографического анализа;
6. уметь решать проектно-художественные задачи, опираясь на исторические принципы формообразования в дизайне;
7. уметь выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся отношения к историческому прошлому и настоящему в сфере проектной и художественной культуры;
8. уметь выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна и рекламы в разные исторические периоды.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины (модуля) «История графического дизайна» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
	УК-5.2. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и продемонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм; воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контексте

	УК-5.3. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
ОПК-1. Способен применять знания в области истории 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 Знать: историю и теорию искусства, специфику и особенности развития дизайна в культурно-историческом контексте.
	ОПК-1.2. Уметь: выбирать и обобщать информацию о произведениях искусства, дизайна, осуществлять для их оценки искусствоведческий анализ, использовать данные анализа в профессиональной деятельности по созданию дизайн-проектов.
	ОПК-1.3. Владеть: методами искусствоведческого анализа для оценки произведений изобразительного искусства и дизайна, определения их исторической и культурной принадлежности.
ОПК-2. Способен работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях	ОПК-2.1. Знать: методы научных исследований по выявлению тенденций развития дизайна, методы предпроектных исследований и комплексного анализа проблемной ситуации.
	ОПК-2.2. Уметь: выполнять исследовательские работы в сфере дизайна с применением теоретических и эмпирических методов и на этой основе разрабатывать программы дизайн-проектирования, сообщать результаты исследовательской работы на научно-практических конференциях и семинарах.
	ОПК-2.3. Владеть: методами сбора и анализа информации, навыками ее обобщения в процессе проведения исследования, создания научного сообщения.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «История графического дизайна» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) Графический дизайн и брендинг.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов. Дисциплина изучается на 3 курсе, 6 семестре.

Состав и объем дисциплины и виды учебных занятий

Вид учебных занятий	Всего	Разделение по семестрам
		6
Общая трудоемкость, ЗЕТ	3	3
Общая трудоемкость, час.	108	108
Аудиторные занятия, час.	30	30
Лекции, час.	24	24
Практические занятия, час.	6	6
Самостоятельная работа	78	78
Курсовой проект (работа)	+	+
Контрольные работы	-	-
Вид итогового контроля (зачет, экзамен)	экзамен	экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «История графического дизайна». Истоки рекламной коммуникации. Сущность проторекламы

Реклама как социально-экономическое явление. Виды рекламы. Графический дизайн. Место графического дизайна в рекламе.

Символизация на начальных этапах культуры и культовая протореклама. Демонстративная символика сообществ. Престижная протореклама. Развитие демонстративной символизации в культуре. Формы демонстративного поведения. Знаки собственности как вариант проторекламы. Знаки авторства как вариант проторекламы.

Тема 2. Реклама в античном обществе

Социальные факторы формирования рекламы: культура урбанизма. Выделение профессиональной рекламы из проторекламных текстов. Глашатаи — первые профессионалы рекламного дела. Жанровая дифференциация устной рекламы в античном городе. Варианты предметно-изобразительной рекламы в античности. Письменная реклама: граффити, album, римская протогазета. Реклама зрелищ: афиша. Политическая реклама. Элементы конфессиональной рекламы. Способы регулирования рекламного процесса в античности

Тема 3. Реклама в западноевропейской средневековой культуре

Общая характеристика периода. Конфессиональная протореклама. Новшества развитого Средневековья. Рекламные функции средневековых городских глашатаев. Рекламная деятельность герольдов. Фольклорные виды устной рекламы Средневековья. Рекламные особенности «криков улиц». Реклама стационарных зазывал. Рекламный ярмарочный фольклор.

Изобразительная реклама развитого Средневековья. Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе. Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы. Активизация религиозной рекламы. Предплакатные жанры рекламы. Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья.

Тема 4. Рекламная деятельность периода Нового времени в Западной Европе и североамериканских колониях

Перевоорот в тиражировании информации. Новые рекламные жанры. Рекламная функция титульного листа. Конфессиональная печатная реклама. Рождение печатных афиш. Дальнейшее развитие вывесок. Типографские эмблемы и экслибрисы. Начало жур-

налистике в Европе. Деятельность информационных бюро. Начало газетной рекламы. Начало рекламных кампаний. Соперничество рекламных изданий. Отец английской рекламы. Надувательская реклама. Североамериканская реклама колониального периода. Осмысление недостатков рекламной деятельности.

Тема 5. Реклама в России: от Средневековья к Новому времени

Элементы российской проторекламы. Истоки устного рекламирования. Реклама стационарных зазывал. Виды ярмарочной рекламы. Лубочные традиции в российской рекламе. Начало живописных и рукописных вывесок. Конклюдии и начало печатных афиш. Пробраз политической рекламы в народных зрелищах XVIII века. Рекламные летучие листки и начало печатной газеты в России. Реклама в российских газетах в XVIII веке

Тема 6. Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке

Эпоха перелома в рекламной коммуникации. Рекламные новации в английской культуре. Начало иллюстрированной рекламы в прессе. Подвижные рекламные приспособления. Начало плакатного бума. Попытки обобщения рекламной практики. Рекламные традиции во Франции в предреволюционный период. Лидерство в жанре многоцветного плаката. Ведущие мастера французского рекламного плаката. Новый подъем рекламной деятельности во Франции. Направление развития рекламы в Германии XIX века. Обновление традиций. Приманки премиальной торговли. Витрина как зеркало рекламного дела. Выставки как общеевропейский рекламный жанр.

Тема 7. Североамериканская реклама в XIX - начале XX века

Рекламный процесс на первом этапе независимости. Рекламные новации середины XIX века. Развитие рекламы в США во второй половине XIX века. Рекламная роль упаковки. Американская реклама от рубежа веков до Первой мировой войны. Разнообразие рекламных приемов и способы их регулирования.

Тема 8. Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века

Эволюция лубочного творчества в XIX веке. Афиша и вывеска в XIX — начале XX века. Фирменный знак обретает российское гражданство. Малые изобразительные формы рекламы. Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX веков. Начало фоторекламы в России. Российские выставки как синтетический рекламный жанр

Тема 9. Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века

Рекламный процесс в первой четверти XIX века. Реклама в пореформенный период (60-80-е годы XIX века). На рубеже веков. Рекламный процесс в журнальной периодике. Начало аналитического обобщения рекламной деятельности в России

Тема 10. Графический дизайн и реклама модернизма (10-20, 20-30 годы XX века)

Четыре основных направления стиля: а). китч; б). модерн; в). авангард, модернизм; г). арт-деко. Разработка фирменного стиля для всемирного электротехнического концерна АЭГ Петером Беренсом. Русский торгово-промышленный плакат. Владислав Теодор Бенда как представитель графического дизайна начала XX века. Отражение Первой мировой войны в графическом дизайне начала 20 века. Гарри Кларк – иллюстратор. Джеймс Монтгомери Флэгг и его влияние на военный плакат. Эдвард Пенфилд как яркий представитель художников рекламы начала XX века. Джозеф Кристиан Лейендекер и его влияние на рекламу и иллюстрации XX века.

Тема 11. Советский графический дизайн и реклама

Плакаты художников объединения «Мир искусства». Противостояние Красных и Белых в плакатах 10-20 годов. Агитационное искусство и наружная реклама в период становления Советской республики. Советский политический плакат периода становления Советской Республики. Супрематизм в графическом дизайне. А. Родченко и его влияние на советский графический дизайн и фотографию. Эль Лисицкий и его влияние на советский графический дизайн. Густав Клуцис как представитель прапагандистского направления в советском фотоавангарде. Советские плакаты Второй Мировой войны. Кукрыниксы

Тема 12. Графический дизайн и реклама 40-50 годов XX века. Эпоха концепции «хороший дизайн»

Утверждение концепции «хорошего дизайна». Пропаганда американского образа жизни. Американский графический дизайн и реклама 50-х годов XX века «золотое десятилетие» рекламы. Роль в стратегии рекламных компаний маркетинговых исследований и PR-технологий. Комиксы как новый вид графических сообщений. Фирменный стиль Оливетти и его влияние на графический дизайн 50-х. Женский образ в рекламе 50-х. Мужской образ в рекламе 50-х. Образ жизни в рекламе 50-х. Журнальный дизайн 50-х. Остин Бриггс, Барбара Брэдли, Гарольд Андерсон, Джеймс Р. Бигмэн, Джо Боулер - репрезентативные иллюстраторы 50-х годов.

Тема 13. Графический дизайн и реклама 60 годов XX века. Поп-арт в графическом дизайне

Тема космоса в графическом дизайне 60-х: афиши к фильмам, фото, реклама. Тема рок-н-ролла в графическом дизайне 60-х. Тема молодёжи в графическом дизайне 60-х. Тема хиппи в графическом дизайне 60-х. Поп-арт в графическом дизайне 60-х. Энди Уорхол: творчество и реклама. Психоделический стиль, (Калифорния). Нью-йоркский стиль. Генри Вольф, Уильям Бернбах, Отто Сторч, студия Пуш Рин. Мультфильм «Yellow submarine» как яркий пример поп-арта. Яркие представители рекламы 60-х (Остин Бриггс, Роберт Мак Гиннис, Джо Боулер). Женский и мужской образ в рекламе 60-х.

Тема 14. Графический дизайн и реклама 70-80 годов XX века

Таданори Йоко как яркий представитель поп-дизайна в графике 70-х. Графический стиль и идеология Уолта Диснея. Утопические проекты радикального дизайна и антидизайна. Эл Райс и Джек Траут: влияние на теорию и практику рекламы. Советские плакаты 70-80-х: отличия от Западного дизайна. Особенности швейцарского международного стиля. Ян Чихольд, Герберт Байер, Иоханес Иттен. Их вклад в типографику. Польская школа.

Тема 15. Графический дизайн и реклама 90 годов XX века. Культовые журналы 90-х

90-е годы XX века – время расцвета культовых молодежных журналов. Расцвет журнального дизайна в России. Индустрия видео игр, развитие сети Интернет – новые возможности графического дизайна.

Тема 16. Современный графический дизайн и реклама. Постмодернизм в графическом дизайне. Особенности графического дизайна информационного общества

Современная мировая реклама и графический дизайн. Основные тенденции и направления. Креативность, как неотъемлемая часть постмодерна, творчество – поиск обычными средствами необычного результата. Графический дизайн постмодерна – визуальное выражение постмодернистского сознания.

5.2. Тематический план

Номера и наименование разделов и тем	Количество часов				
	Общая трудоёмкость	из них			
		Самостоятельная работа	Аудиторные занятия	из них	
Лекции	Практические занятия				
Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «История графического дизайна». Истоки рекламной коммуникации. Сущность проторекламы	3	2	1	1	-
Тема 2. Реклама в античном обществе	3	2	1	1	-
Тема 3. Реклама в западноевропейской средневековой культуре	3	2	1	1	-
Тема 4. Рекламная деятельность периода Нового времени в Западной Европе и североамериканских колониях	3	2	1	1	-
Тема 5. Реклама в России: от Средневековья к Новому времени	6	4	2	2	-
Тема 6. Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке	6	4	2	2	-
Тема 7. Североамериканская реклама в XIX - начале XX века	6	4	2	2	-
Тема 8. Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века	6	4	2	2	-
Тема 9. Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века	6	4	2	2	-
Тема 10. Графический дизайн и реклама модернизма (10-20, 20-30 годы XX века)	6	4	2	2	-
Тема 11. Советский графический дизайн и реклама	6	4	2	2	-
Тема 12. Графический дизайн и реклама 40-50 годов XX века. Эпоха концепции «хороший дизайн»	5	2	3	1	2
Тема 13. Графический дизайн и реклама 60 годов XX века. Поп-арт в графическом дизайне	5	2	3	1	2
Тема 14. Графический дизайн и реклама 70-80 годов XX века	4	2	2	1	1
Тема 15. Графический дизайн и реклама 90 годов XX века. Культовые журналы 90-х	6	4	2	2	-
Тема 16. Современный графический дизайн и реклама. Постмодернизм в графическом дизайне. Особенности графического дизайна информационного общества	4	2	2	1	1
Курсовая работа	30	30			
Всего изучено по дисциплине	108	78	30	24	6
Всего зачетных единиц	3				

5.3. Лекционные занятия

Тема	Содержание	час.	Формируемые компетенции
Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «История графического дизайна». Истоки рекламной коммуникации. Сущность проторекламы	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры.	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 2. Реклама в античном обществе	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 3. Реклама в западноевропейской средневековой культуре	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 4. Рекламная деятельность периода Нового времени в Западной Европе и североамериканских колониях	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне.	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 5. Реклама в России: от Средневековья к Новому времени	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне.	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 6. Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне.	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 7. Североамериканская реклама в XIX - начале XX века	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2

	проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.		
Тема 8. Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 9. Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 10. Графический дизайн и реклама модернизма (10-20, 20-30 годы XX века)	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 11. Советский графический дизайн и реклама	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 12. Графический дизайн и реклама 40-50 годов XX века. Эпоха концепции «хороший дизайн»	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2

Тема 13. Графический дизайн и реклама 60 годов XX века. Поп-арт в графическом дизайне	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 14. Графический дизайн и реклама 70-80 годов XX века	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 15. Графический дизайн и реклама 90 годов XX века. Культовые журналы 90-х	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2
Тема 16. Современный графический дизайн и реклама. Постмодернизм в графическом дизайне. Особенности графического дизайна информационного общества	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2

5.4. Практические занятия

Тема	Содержание	час.	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
Тема 12. Графический дизайн и реклама 40-50 годов XX века. Эпоха концепции «хороший дизайн»	Закрепление теоретических знаний на практике. Графический дизайн и реклама 40-50 годов XX века. Эпоха концепции «хороший дизайн». Оформление исследования и доклада в виде презентации.	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Защита доклада, творческого задания, презентации

Тема 13. Графический дизайн и реклама 60 годов XX века. Поп-арт в графическом дизайне	Закрепление теоретических знаний на практике. Графический дизайн и реклама 60 годов XX века. Оформление исследования и доклада в виде презентации.	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Защита доклада, творческого задания, презентации
Тема 14. Графический дизайн и реклама 70-80 годов XX века	Закрепление теоретических знаний на практике. Графический дизайн и реклама 70-80 годов XX века. Оформление исследования и доклада в виде презентации.	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Защита доклада, творческого задания, презентации
Тема 16. Современный графический дизайн и реклама. Постмодернизм в графическом дизайне. Особенности графического дизайна информационного общества	Оформление исследования и доклада в виде презентации. Работа с терминами и определениями	1	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Защита доклада, творческого задания, презентации Работа с кроссвордом по терминам и определениям.

5.5. Самостоятельная работа обучающихся

Тема	Виды самостоятельной работы	часы	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «История графического дизайна». Истоки рекламной коммуникации. Сущность проторекламы	Работа над скетчбуком	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 2. Реклама в античном обществе	Работа над скетчбуком	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 3. Реклама в западноевропейской средневековой культуре	Работа над скетчбуком	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 4. Рекламная деятельность периода Нового времени в Западной Европе и североамериканских колониях	Работа над скетчбуком	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 5. Реклама в России: от Средневековья	Работа над скетчбуком	4	УК-5; ОПК-1;	Проверка скетчбука, анализ

к Новому времени			ОПК-2	подобранного материала
Тема 6. Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке	Работа над скетчбуком	4	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 7. Североамериканская реклама в XIX - начале XX века	Работа над скетчбуком	4	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 8. Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века	Работа над скетчбуком	4	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 9. Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века	Работа над скетчбуком	4	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 10. Графический дизайн и реклама модернизма (10-20, 20-30 годы XX века)	Работа над скетчбуком	4	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 11. Советский графический дизайн и реклама	Работа над скетчбуком	4	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Проверка скетчбука, анализ подобранного материала
Тема 12. Графический дизайн и реклама 40-50 годов XX века. Эпоха концепции «хороший дизайн»	Работа над скетчбуком, доклад с презентацией	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Устный опрос на практическом занятии; проверка скетчбука; самостоятельная работа, включающая подготовку к практическому занятию.
Тема 13. Графический дизайн и реклама 60 годов XX века. Поп-арт в графическом дизайне	Работа над скетчбуком, доклад с презентацией	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Устный опрос на практическом занятии; проверка скетчбука; самостоятельная работа, включающая подготовку к практическому занятию.
Тема 14. Графический дизайн и реклама 70-80 годов XX века	Работа над скетчбуком, доклад с презентацией	2	УК-5; ОПК-1;	Устный опрос на практическом занятии;

			ОПК-2	проверка скетчбука; самостоятельная работа, включающая подготовку к практическому занятию.
Тема 15. Графический дизайн и реклама 90 годов XX века. Культурные журналы 90-х	Работа над скетчбуком, доклад с презентацией	4	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Устный опрос на практическом занятии; проверка скетчбука; самостоятельная работа, включающая подготовку к практическому занятию.
Тема 16. Современный графический дизайн и реклама. Постмодернизм в графическом дизайне. Особенности графического дизайна информационного общества	Работа над скетчбуком, доклад с презентацией Работа с терминами и определениями Составление кроссворда	2	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Устный опрос на практическом занятии; проверка скетчбука; самостоятельная работа, включающая подготовку к практическому занятию. Защита доклада с презентацией Проверка составления кроссворда
Курсовая работа	Подготовка курсовой работы	30	УК-5; ОПК-1; ОПК-2	Защита курсовой работы

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (далее – ФОС) по дисциплине «История графического дизайна» представлен отдельным документом и является частью рабочей программы.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Печатные издания

1. Графический дизайн. Современные концепции: учеб. для вузов / отв. ред. Е.Э. Павловская. - 2-е изд, перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2021. - 183 с.
2. Клиффорд Д. Иконы графического дизайна / Д. Клиффорд. - М.: Эксмо, 2021. - 240 с.: ил.
3. Ученова В.В. История рекламы: учеб. для вузов / В.В. Ученова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб.и доп. - М.: Юнити-Дана, 2021.- 495с.: ил.
4. Хеллер С. IDEA BOOK. Графический дизайн / С. Хеллер, Г. Андерсон. - СПб: Питер, 2021. - 120с.: ил.

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Графический дизайн. Современные концепции: учебник для вузов / отв. ред. Е.Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 119 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563931> (дата обращения: 21.04.2025).
2. Жильцова О.Н. Рекламная деятельность: учебник для вузов / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Юрайт, 2025. — 200 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561023> (дата обращения: 21.04.2025).
3. Кузвесова Н.Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко: учебник для вузов / Н.Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 137 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563988> (дата обращения: 21.04.2025).

Дополнительные источники (при необходимости)

1. Дэбнер Дэвид Школа графического дизайна: принципы и практика графического дизайна / Д. Дэбнер; пер. с англ. - М.: Рипол классик, 2021. - 192с.
2. Хембри Р. Самый полный справочник [Текст] Графический дизайн: Как научиться понимать графику и визуальные образы / Р. Хембри. - М.: АСТ, 2021. - 192с.

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для выполнения заданий, предусмотренных рабочей программой используются рекомендованные Интернет-сайты, ЭБС.

Электронные образовательные ресурсы

- Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: <https://minobrnauki.gov.ru>
- Федеральный портал «Российское образование»: <http://edu.ru>
- Справочно-правовая система "ГАРАНТ" <http://www.i-exam.ru>
- Образовательная платформа «Юрайт»: <https://urait.ru>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «История графического дизайна» изучает процессы познания и освоения человеком окружающего его природного мира, использование науки для создания технических систем с целью их применения в различных сферах человеческой деятельности. В курсе высказываются последние идеи и гипотезы по важнейшим вопросам истории гра-

фического дизайна, перспективным тенденциям их развития. Формируется культура исторического мышления, понимания органической взаимосвязи российской и мировой истории дизайна. Курс должен углубить понимание студентами содержания истории графического дизайна на всех этапах его развития. Дисциплина «История графического дизайна» постоянно меняющаяся дисциплина, как содержанию, так и по формам подачи материала, и поэтому необходимо ее содержание периодически актуализировать сообразно складывающимся обстоятельствам. Излагаемый материал необходимо связывать с различными сторонами современной теории и практики графического дизайна, с проектной деятельностью студентов – как в историческом изложении материала, так и в освещении проблемных аспектов.

Цель дисциплины – вооружить студентов знаниями, отвечающими современному уровню развития графического дизайна и рекламы, научить свободно, ориентироваться и знать становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры, важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Углубить понимание студентами содержания и характера эволюции профессии и типологии объектов графического дизайна. Эмпликация понятий графический дизайн.

Основные задачи дисциплины:

1. Дать целостное представление о месте графического дизайна в современных видах деятельности.
2. Показать студентам место истории графического дизайна в системе дизайнерского проектирования, рассмотрение процесса формирования и эволюцию исторических понятий, категорий.
3. Обеспечить у студентов представление об истории методов проектной дизайнерской деятельности, их эволюции.
4. Сформировать у студентов представления о специфике различных видов дизайна и место, которое они занимают в решении современных проектных задач.
5. Сформировать у студента навыки и умения практического использования приобретенных знаний.
6. Грамотно овладеть теорией и практикой изучаемого предмета.
7. Исследовать политическую, социально-экономическую обусловленность развития.
8. Вскрыть закономерности развития науки и техники.
9. Показать вклад каждого народа в развитии человеческих знаний об окружающем мире.
10. Выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна и рекламы в разные исторические периоды.
11. Сформировать у студентов способность выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся отношения к историческому прошлому и настоящему в сфере проектной и художественной культуры.

Структура дисциплины включает в себя 16 тем, лекции и практических занятий, самостоятельную работу обучающихся.

Для организации самостоятельной работы предназначен фонд оценочных средств по дисциплине «История графического дизайна», в котором содержатся описание заданий для текущего контроля, методические рекомендации к их выполнению, а также вопросы экзамену.

В процессе обучения применяются такие формы, как лекции, семинарские занятия, практические занятия, самостоятельная работа.

Каждому студенту целесообразно прослушать все лекции по курсу “История графического дизайна”, составляя конспекты и выделяя в них наиболее значимые положения, а также обязательным условием освоения программы является фиксация основных этапов развития графического дизайна в скетчбуке. Участие в семинарском занятии позволит

студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами группы проблематики исторического развития графического дизайна будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.

При подготовке к семинару студенту следует прочитать перечень вопросов, а также список тем докладов и рефератов, ознакомиться со списком основной и обязательной литературы. После этого студенту предстоит законспектировать обязательную литературу. Для этого надо внимательно прочесть рекомендуемые тексты, а затем зафиксировать в специальную тетрадь те идеи и выводы копии репродукций, наброски, которые важны для ответа на вопросы плана данного семинарского занятия. Далее студенту целесообразно перечитать конспект лекции по соответствующей теме, а затем изучить соответствующие разделы учебника или учебного пособия. Если какие-либо вопросы остались непонятными или же вызвали особый интерес, их надо зафиксировать и обратиться к дополнительной литературе. Такие вопросы, далее, следует предложить для общего обсуждения на семинаре. Вся необходимая для подготовки литература имеется в библиотеки ЧОУВО МИ-ДиС.

Кроме того, студенты получают от преподавателя индивидуальные задания на самостоятельную работу, заключающиеся в подготовке устных докладов, письменных рефератов. При подготовке доклада или реферата студент, изучив список рекомендуемой по данной проблематике литературы и проконсультировавшись с преподавателем, изучает литературу, составляет план своей работы и подбирает материал, позволяющий раскрыть основные вопросы этого плана. Далее студент подготавливает подробный конспект устного доклада или текст письменного реферата (объемом 15–20 страниц).

При решении проблемных задач, полученных от преподавателя, студент подбирает и изучает литературу по данной проблематике, что позволяет ему найти правильный ответ, и письменно изложить его.

В процессе аудиторной работы используются такие формы обучения как лекции.

Лекции – форма учебного занятия, цель которого состоит в рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Очно-заочная форма обучения предполагает чтение лишь установочных лекций по каждому разделу курса. Лектор успевает только заложить фундамент знаний по дисциплине и наметить линию для дальнейшего самостоятельного изучения курса студентами. Он акцентирует внимание студентов на наиболее важных моментах обширного по объему изучаемого материала. Поэтому студентам настоятельно рекомендуется посещать все лекции и вести конспекты лекций, выделяя в них ключевые моменты, а также вести скетчбук. Для активизации процесса запоминания материала при конспектировании лекций необходимо учесть следующие рекомендации.

Целесообразно:

1.1. Разделить поле тетради на две части (сделав поля по 5 см.). Меньшее поле используется для опорных слов, составления небольших таблиц и схем, а основное поле – для остального текста;

1.2. Выстраивать большую часть основного содержания структурно: в столбик в виде сравнительных таблиц;

1.3. Максимально использовать схемы, чертежи и рисунки;

1.4. Свести к минимуму информацию в форме развернутых предложений, используя для вступительной части и выводов;

1.5. Выделять новые темы и опорные слова.

Для лучшего усвоения только что прослушанной лекции рекомендуется повторять мысленно содержание лекций каждый раз сразу после прочитанного лекционного матери-

ала, лучше во время ходьбы по дороге домой, а дома просматривать материал, который вызвал затруднение при воспоминании.

Лекции служат теоретической подготовкой к практическим занятиям по проектированию, конструированию и по другим дисциплинам, способствуют более профессиональному и осмысленному выполнению учебных заданий. В них раскрываются основные закономерности теории и методологии дизайн-проектирования. Знание исторических особенностей развития дизайна как составного элемента экономической системы является одним из важнейших условий освоения дисциплины, так как знание исторических процессов и изучение исторических объектов дизайна обеспечивает осознанный подход к процессу формообразования и значительно расширяет спектр возможностей для творческой реализации проектов.

Процесс обучения имеет две стороны: с одной стороны, необходимо владеть теоретическими знаниями, с другой - нужна непрерывная практика для закрепления и совершенствования полученных знаний. Эти две составляющих учебного процесса должны находиться в постоянном взаимодействии, делая процесс обучения основам любой дисциплины более динамичным и результативным. Только руководствуясь опытом практической работы, в процессе которой развиваются практические умения и навыки, закрепляются и систематизируются полученные знания, опираясь на совет педагога-профессионала, можно решить различные учебные задачи.

Чтобы добиться осознанного отношения к учебному процессу студентам необходимо научиться самостоятельно строить свою работу, искать идею, формулировать цели, выявлять скрытые проблемы, совершенствовать техническое мастерство.

При выполнении самостоятельной работы необходимо четко выполнять задачи и требования, поставленные педагогом. Также следует обратить внимание на тщательность исполнения работы.

Освоение студентами знаний по курсу “История графического дизайна” контролируется преподавателем. При этом применяются следующие формы текущего и рубежного контроля. Основными формами контроля по данной дисциплине являются собеседование, опрос и тестирование. Это может быть тестирование в процессе прослушивания лекционного материала, а также промежуточное тестирование после изучения определенного раздела курса. Контроль может проходить и в форме диалога, а также ответов на вопросы во время чтения лекционного материала, опроса на занятиях по проблематике курса. Итоговый контроль по данной дисциплине может происходить в различных формах: в форме экзамена, состоящего из ответов по билетам по теоретической части курса или в форме студенческой конференции, на которой студенты защищают свою итоговую творческую работу. Выбор конкретной формы контроля принадлежит ведущему педагогу.

Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется следующая последовательность действий:

1. В течение недели выбрать время для работы с литературой по пройденной теме, ключевые моменты темы зафиксировать в скетчбук в виде иллюстраций и тезисов.

2. При подготовке к докладам, необходимо сначала просмотреть и прочитать основной материал и тексты по теме доклада. Сделать вступление, основную часть, заключение. При подготовке к докладам нужно сначала понять, какой теоретический материал нужно использовать.

Рекомендуется использовать записи, сделанные во время объяснения преподавателем (правила, устойчивые выражения, исключения и т.д.), пользоваться рекомендациями по изучению дисциплины; использовать литературу, рекомендуемую составителями программы; использовать вопросы к зачету и экзамену, примерные контрольные работы. Учесть требования, предъявляемые к студентам и критерии оценки знаний.

При выполнении домашних заданий необходимо сначала изучить правила и основную лексику по теме домашнего задания. При выполнении упражнения или чтении текста нужно сначала понять, какой теоретический материал нужно использовать, перевести лексику, затрудняющую выполнение задания и понимание текста.

В связи с введением в образовательный процесс нового Федерального государственного образовательного стандарта все более актуальной становится задача организации самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Студенту предоставляется возможность работать во время учебы более самостоятельно, чем учащимся в средней школе. Студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

При определении содержания самостоятельной работы студентов следует учитывать их уровень самостоятельности и требования к уровню самостоятельности выпускников для того, чтобы за период обучения искомый уровень был достигнут.

При подготовке к экзаменам следует в первую очередь повторить весь пройденный за семестр материал.

Во время сдачи экзамена для успешного ответа рекомендуется несколько раз повторить материал, прежде чем воспроизводить его перед экзаменатором; составить для себя план, записать особо важные факты, события, даты.

Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность студентов к самостоятельному труду;
- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
- консультационная помощь.

Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ учебных дисциплин, содержанием учебной дисциплины, учитывая степень подготовленности студентов.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине, и может проходить в письменной, устной или смешанной формах.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы студентов по истории графического дизайна:

- подготовка доклада с презентацией;
- работа над скетчбуком,
- работа с терминами и определениями;
- подготовка курсовой работы.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Перечень информационных технологий:

Платформа для презентаций Microsoft PowerPoint;
онлайн платформа для командной работы Miro;
текстовый и табличный редактор Microsoft Word;
портал института <http://portal.midis.info>

Перечень программного обеспечения:

1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)

Mozilla Firefox

Adobe Reader

ESET Endpoint Antivirus

Microsoft™ Windows® 10 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery id700549166)

Microsoft™ Office®

Google Chrome

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. «Гарант аэро»
2. КонсультантПлюс
3. Научная электронная библиотека «Elibrary.ru».

Сведения об электронно-библиотечной системе

№ п/п	Основные сведения об электронно-библиотечной системе	Краткая характеристика
1.	Наименование электронно-библиотечной системы, представляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	Образовательная платформа «Юрайт»: https://urait.ru

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных аудиторий, аудиторий для практических занятий	Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения
1.	Мастерская живописи № 313 (Аудитория для проведения занятий всех видов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной атте-	Компьютер Плазменная панель Мольберты Стулья Стол преподавателя Стул преподавателя Доска маркерная Шкафы для методических пособий Модели для рисования

	станции)	Автоматизированное рабочее место обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».
2.	Библиотека Читальный зал № 122	<p>Автоматизированные рабочие места библиотекарей</p> <p>Автоматизированные рабочие места для читателей</p> <p>Принтер</p> <p>Сканер</p> <p>Стеллажи для книг</p> <p>Кафедра</p> <p>Выставочный стеллаж</p> <p>Каталожный шкаф</p> <p>Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы)</p> <p>Стенд информационный</p> <p>Условия для лиц с ОВЗ:</p> <p>Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ</p> <p>Линза Френеля</p> <p>Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата</p> <p>Клавиатура с нанесением шрифта Брайля</p> <p>Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ</p> <p>Световые маяки на дверях библиотеки</p> <p>Тактильные указатели направления движения</p> <p>Тактильные указатели выхода из помещения</p> <p>Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения</p> <p>Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля</p> <p>Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».</p>