

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.08.2024 11:45:55  
Уникальный программный ключ:  
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

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

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА  
ОПЦ.14 ИСТОРИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА**

Специальность: 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Направленность (профиль): Графический дизайн и брендинг

Квалификация выпускника: Дизайнер

Уровень базового образования, обучающегося: Основное общее образование

Форма обучения: Очная

Год набора: 2022

Рабочая программа учебного предмета ОПЦ.14 История графического дизайна разработана на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 23.11.2020 № 658.

Автор-составитель: Одношовина Ю.В.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры дизайна, рисунка и живописи.

Протокол № 9 от 22.04.2024 г.

Заведующий кафедрой дизайна, рисунка и живописи

Ю.В. Одношовина

## Содержание

1. Паспорт рабочей программы учебного предмета ОПЦ.14 История графического дизайна...3	
2. Структура и содержание учебного предмета .....6	
3. Условия реализации учебного предмета ..... 11	
4. Контроль и оценка результатов освоения учебного предмета ..... 13	

# 1. Паспорт рабочей программы учебного предмета

## ОПЦ.14 История графического дизайна

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебного предмета является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования (программы подготовки специалиста среднего звена) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

### 1.2. Место учебного предмета в структуре основной профессиональной образовательной программы (программы подготовки специалистов среднего звена)

Общепрофессиональный цикл.

### 1.3. Требования к результатам освоения предмета:

В результате освоения предмета ОПЦ.14 История графического дизайна обучающийся должен

#### *уметь:*

- владеть навыками исторического и библиографического анализа;
- решать проектно-художественные задачи, опираясь на исторические принципы формообразования в графическом дизайне;
- выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся отношения к историческому прошлому и настоящему в сфере проектной и художественной культуры;
- анализировать творческий почерк проектировщиков, изобретателей, направления, стили;
- выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна в разные исторические периоды;
- использование опыта предыдущих поколений для решения задач, связанных с рекламой и графическим дизайном, в настоящее время;
- ориентироваться в терминах и определениях.

#### *знать:*

- различные подходы и методики проектирования в истории графического дизайна;
- исторический генезис графического дизайна в контексте смены исторических парадигм;
- основные научные школы, направления, концепции, этапы становления истории графического дизайна;
- этапы исторического развития графического дизайна в России и место России в системе мировой истории графического дизайна;
- тенденции развития проектной и художественной культуры современного общества;
- этапы истории мирового графического дизайна;
- ключевые понятия, факты, даты, имена и характеристики исторических деятелей.

### Перечень формируемых компетенций

#### *Общие компетенции (ОК):*

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

*Профессиональные компетенции (ПК):*

ПК 1.2. Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов.

**Личностные результаты реализации программы воспитания**

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</b>	
Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей	<b>ЛР 13</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации</b>	
Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 16</b>
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 17</b>
Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 18</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями</b>	
Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	<b>ЛР 19</b>
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	<b>ЛР 21</b>
Активно применять полученные знания на практике.	<b>ЛР 22</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса</b>	
Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	<b>ЛР 23</b>
Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	<b>ЛР 24</b>
Проявлять доброжелательность к окружающим, деликатность, чувство такта и готовность оказать услугу каждому кто в ней нуждается.	<b>ЛР 25</b>

**1.4. Количество часов на освоение программы предмета:**

- максимальная учебная нагрузка обучающегося 38 часов, в том числе
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 32 часа;
  - промежуточная аттестация 6 часов.

**2. Структура и содержание учебного предмета****2.1. Объем учебного предмета и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>38</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>32</b>
в том числе:	
лекционные занятия	16
практические занятия	16
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>6</b>
Промежуточная аттестация в форме	Экзамен

## 2.2. Тематический план и содержание учебного предмета ОПЦ.14 История графического дизайна

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы	Объем часов	Уровень освоения*	Осваиваемые элементы компетенций
1	2	3	4	5
<b>5 семестр</b>				
<b>Тема 1.</b> Введение. Предмет и метод, задачи курса «История графического дизайна». Истоки рекламной коммуникации. Сущность проторекламы.	<b>Содержание учебного материала</b> 1. 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.	2	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19, 21-25
<b>Тема 2.</b> Реклама древнего мира. Реклама в западно-европейской средневековой культуре.	<b>Содержание учебного материала</b> 1. 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 профессиональной рекламы. Способы регулирования рекламного процесса в античности. 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.	2	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19, 21-25
<b>Тема 3.</b> Рекламная деятельность периода Новое время в Западной	<b>Содержание учебного материала</b> 1. Переворот в тиражировании информации. Новые рекламные жанры. Рекламная функция титульного листа. Конфессиональная печатная реклама. Рождение печатных афиш. Дальнейшее развитие вывесок. Типографские эмблемы и экслибрисы. Начало журналистики в Европе. Деятельность информационных бюро. Начало газетной рекламы. Начало рекламных	2	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19, 21-25

Европе и североамериканских колоний. Североамериканская реклама в XIV - начале XX века	кампаний. Соперничество рекламных изданий. Отец английской рекламы. Надувательская реклама. Североамериканская реклама колониального периода. Осмысление недостатков рекламной деятельности. 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 4. Реклама в России: от Средневековья к Новому времени. Российская изобразительная реклама, реклама в прессе в XIX – начале XX века.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. 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. Прообраз политической рекламы в народных зрелищах XVIII века. Рекламные летучие листки и начало печатной газеты в России. Реклама в российских газетах в XVIII веке. 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. Рекламный процесс в российской прессе 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			
	<b>Практическая работа обучающихся:</b>	2		
Тема 5. Развитие западноевропейской рекламы XIX веке	<b>Содержание учебного материала</b>	2	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. 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.			
	<b>Практическая работа обучающихся:</b>	2		
Тема 6. Графический дизайн и реклама	<b>Содержание учебного материала</b>	1	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19,
	1. Четыре основных направления стиля: а) китч; б) модерн; в) авангард, модернизм; г). арт-деко. Разработка фирменного стиля для всемирного электротехнического концерна АЭГ			



<p>модернизма (10-20, 20-30 годы XX века)</p>	<p>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.</p> <p><b>Практическая работа обучающихся:</b></p> <p>Творческое задание: разработка концепта в стилистики вышеобозначенной темы</p>	2		21-25
<p><b>Тема 7.</b> Советский графический дизайн и реклама</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>1. 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</p> <p><b>Практическая работа обучающихся:</b></p> <p>Творческое задание: разработка концепта в стилистики вышеобозначенной темы</p>	1	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19, 21-25
<p><b>Тема 8.</b> Графический дизайн и реклама 40-50 годов XX века. Эпоха концепции «хороший дизайн»</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>1. Утверждение концепции «хорошего дизайна». Пропаганда американского образа жизни. Американский графический дизайн и реклама 50-ых 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.</p> <p><b>Практическая работа обучающихся:</b></p> <p>Работа со скетчбуком. Сбор материала, оформление. Творческое задание: разработка концепта в стилистики вышеобозначенной темы</p>	1	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19, 21-25
<p><b>Тема 9.</b> Графический дизайн и реклама 60 годов XX века. Поп-арт в графическом дизайне</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>1. 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.</p>	1	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19, 21-25

	<b>Практическая работа обучающихся:</b>	2		
	Анализ на тему: Графический дизайн и реклама 60 годов XX века. Сбор материала, оформление. Творческое задание: разработка концепта в стилистики вышеобозначенной темы			
<b>Тема 10.</b> Графический дизайн и реклама 70-80-90 годов XX века. Культовые журналы 90-х	<b>Содержание учебного материала</b>	2	2	ОК 1-6, 9 ПК 1.2. ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. 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, Йоханес Иттен. Их вклад в типографику. 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.			
	<b>Практическая работа обучающихся:</b>	4		
	Анализ на тему: Графический дизайн и реклама 70, 80, 90 годов XX века. Анализ работ представить в скетчбуке и презентации			
Экзамен		6		
	<b>Итого:</b>	<b>38</b>		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 уровень - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 уровень - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, по инструкции или под руководством);
- 3 уровень - продуктивный (самостоятельная работа обучающихся).

### 3. Условия реализации учебного предмета

#### 3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация учебного предмета ОПЦ.14 История графического дизайна требует наличия мастерской дизайн - проектирования.

Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПин 2.4.2 № 178-02).

№ п/п	Наименование оборудованных учебных аудиторий для практических занятий, лабораторий, мастерских	Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения
1.	Мастерская дизайн-проектирования	<p><b>Мастерская дизайн-проектирования №305</b>  <i>Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:</i>            Компьютер            Парты (2 местная)            Стол учителя            Стулья            Стул учителя            Доска меловая            Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».</p> <p><i>Программное обеспечение:</i>            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            «Гарант аэро»            КонсультантПлюс</p>
2.	Библиотека Читальный зал	<p><b>Библиотека. Читальный зал с выходом в Интернет № 122</b>            Автоматизированные рабочие места библиотекарей            Автоматизированные рабочие места для читателей            Принтер            Сканер            Стеллажи для книг            Кафедра            Выставочный стеллаж            Каталогный шкаф            Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы)            Стенд информационный</p> <p><b>Условия для лиц с ОВЗ:</b>            Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ            Линза Френеля            Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата            Клавиатура с нанесением шрифта Брайля            Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ</p>

		<p>Световые маяки на дверях библиотеки  Тактильные указатели направления движения  Тактильные указатели выхода из помещения  Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения  Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля  Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».</p> <p><i>Программное обеспечение</i>  1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)  Mozilla Firefox  Adobe Reader  ESET Endpoint Antivirus  Microsoft™ Office®  Google Chrome  «Гарант аэро»  КонсультантПлюс</p>
--	--	--

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

#### Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения учебного предмета

##### Печатные издания

1. Клиффорд, Д. Иконы графического дизайна [Текст] / Д. Клиффорд. - М.: Эксмо, 2019. - 240 с. : ил.
2. Ковешникова, Н.А. Дизайн: история и теория [Текст] / Н.А.Ковешникова. - 2-е изд. - М.: ОМЕГА-Л, 2019. - 224с.: ил.
3. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика [Текст] : учебник/ Л.Н.Федотова. - М.: Юрайт, 2019. - 391с.
4. Хеллер, С. IDEA BOOK. Графический дизайн [Текст] / С.Хеллер, Г.Андерсон. - СПб: Питер, 2019. - 120с.: ил.

##### Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Карпова, С.В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО/ С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940> (дата обращения: 16.04.2024).
2. Кузвесова, Н.Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для СПО/ Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2024. — 137 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534823> (дата обращения: 16.04.2024).
3. Поляков, В.А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО/ В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937> (дата обращения: 16.04.2024).
4. Синяева, И.М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО/ И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938> (дата обращения: 16.04.2024).
5. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО/ А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под ред.А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. —

Москва: Юрайт, 2024. — 215 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530298> (дата обращения: 16.04.2024).

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебного предмета**

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

#### **Электронные образовательные ресурсы**

1. eLIBRARY.RU: Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
2. ЭБС ЮРАЙТ - Режим доступа: <https://urait.ru>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» - Режим доступа: <http://znanium.com>
4. [www.gosdesing.com](http://www.gosdesing.com) Дизайн как стиль жизни: история, теория, практика дизайна.
5. <https://kak.ru/> Журнал о графическом дизайне.

#### **Интерактивные формы проведения занятий**

В целях реализации компетентного подхода для обеспечения качественного образовательного процесса применяются формы проведения занятий:

#### **Интерактивные формы проведения занятий (в часах)**

<b>Форма \ Вид</b>	<b>Лекционные занятия</b>	<b>Практические занятия</b>	<b>Всего</b>
Творческая задание	-	6	6
Работа со скетчбуком	-	2	2
Итого интерактивных занятий	-	8	8 часов что составляет 25 % от аудиторных занятий

## **4. Контроль и оценка результатов освоения учебного предмета**

Контроль и оценка результатов освоения учебного предмета осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владеть навыками исторического и библиографического анализа;</li> <li>- решать проектно-художественные задачи, опираясь на исторические принципы формообразования в графическом дизайне;</li> <li>- выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся отношения к историческому прошлому и настоящему в сфере проектной и художественной культуры;</li> <li>- анализировать творческий почерк проектировщиков, изобретателей, направления, стили;</li> <li>- выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна в разные исторические периоды;</li> <li>- использование опыта предыдущих поколений для решения задач, связанных с рекламой и графическим дизайном, в настоящее время;</li> <li>- ориентироваться в терминах и определениях.</li> </ul>	<p><i>Текущий контроль:</i> оценка по практическим работам – защита презентаций, заслушивание докладов, проверка скетчбуков, проверка творческих работ</p> <p><i>Промежуточный контроль:</i> Экзамен</p>

<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- различные подходы и методики проектирования в истории графического дизайна;</li><li>- исторический генезис графического дизайна в контексте смены исторических парадигм;</li><li>- основные научные школы, направления, концепции, этапы становления истории графического дизайна;</li><li>- этапы исторического развития графического дизайна в России и место России в системе мировой истории графического дизайна;</li><li>- тенденции развития проектной и художественной культуры современного общества;</li><li>- этапы истории мирового графического дизайна;</li><li>- ключевые понятия, факты, даты, имена и характеристики исторических деятелей.</li></ul>	<p><i>Текущий контроль:</i> оценка по практическим работам – защита презентаций, заслушивание докладов, проверка скетчбуков, проверка творческих работ</p> <p><i>Промежуточный контроль:</i> Экзамен</p>
---	--