

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.08.2022 12:47:28  
Уникальный программный ключ:  
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И КУЛЬТУРЫ**

Кафедра Дизайна



УТВЕРЖДАЮ

Ректор института

В.Д. Серяков

«26» августа 2022 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)**

**ИСТОРИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА  
И РЕКЛАМЫ**

(наименование учебной дисциплины (модуля))

**54.03.01 Дизайн**

(код и направление подготовки/специальности)

направленность (профиль): графический дизайн

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)  
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры  
«17» августа 2022 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой дизайна

/к.п.н., доцент Быковская А.А./  
(подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО)

Москва 2022

## **1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).**

Учебная дисциплина «История графического дизайна и рекламы» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Графический дизайн», в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденным Приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 13 августа 2020 г. N 1015 (ФГОС ВО 3++).

**Цели освоения дисциплины:** сформировать профессионально-художественные компетенции будущего бакалавра: дать представление о истории графического дизайна и рекламы как о категории художественной культуры; проследить путь становления и развития истории графического дизайна и рекламы как науки; выявить связь с другими дисциплинами; раскрыть сущность различных художественных стилей, направлений и школ; познакомить с художественными музейными экспонатами и произведениями графического дизайна и рекламы на выездных экскурсиях по городу: применять на практике лучшие образцы графического дизайна и рекламы.

### **Задачи дисциплины:**

- дать студентам научное представление о понятии «история графического дизайна и рекламы», ознакомить с основными историческими периодами, стилями, направлениями и концепциями в их изучении, структурой и функциями дизайнерского творчества, показать место курса в системе гуманитарных знаний и профессиональной подготовке бакалавров сферы графического дизайна и рекламы;

-сформировать знания о закономерностях, этапах, содержании и значении исторического развития зарубежного и отечественного графического дизайна и рекламы, выдающихся дизайнерских произведений мирового культурного наследия и их роли в жизни современного общества;

-выработать умения и навыки использования и охраны культурного наследия, заложить основы профессиональной культуры, этики и нравственности.

-освоение знаний о сущности, видах и функциях графического дизайна и профессиональном кодексе профессии;

-овладение навыками теоретического освоения истории графического дизайна и рекламы, понимания учета личностных и ситуативных особенностей.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по дизайну объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации в соответствии с профессиональным стандартом «Графический дизайнер», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017 г. № 40н и выполнению:

-обобщенной трудовой функции: проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (код В);

-обобщенной трудовой функции: разработка систем визуальной информации, идентификации и коммуникации (код С).

## **2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.**

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны овладеть следующими компетенциями:

**ПК – 2** - способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий.

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
<b>ПК –2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий	<b>Знать</b>	правила и принципы творческого решения задачи в области графического дизайна и рекламы.	ПК-2 -3 1
		основы подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей	ПК- 2 3 2
	<b>Уметь</b>	пользоваться необходимой научно-методической, искусствоведческой, специализированной и профессиональной литературой, с применением информационно-коммуникационных технологий	ПК-2 – У1
		выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид	ПК- 2 – У2
	<b>Владеть</b>	навыками аргументированной разработки проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи, учитывая пожелания и предпочтения потребителей	ПК-2 – В1
		способностью синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации.	ПК-2 – В2

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.01. История графического дизайна и рекламы является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами первого курса в первом и втором семестрах очной формы обучения (полный срок обучения).

#### 3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Темы дисциплины «История графического дизайна и рекламы» связаны с соответствующими темами дисциплин «История (история России, всеобщая история)», «Академический рисунок», «Академическая живопись», «Декоративная живопись, что способствует более плодотворной работе студентов над творческими проектами.

#### 3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины «История графического дизайна и рекламы» являются базой для прохождения производственной практики.

Развитие у обучающихся навыков межличностной коммуникации и принятия решений обеспечивается чтением лекций, проведением презентаций и ответов на вопросы практических и лабораторных, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

### 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.

Дисциплина предполагает изучение 8 тем по двум разделам.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц (216 часов).

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				сам. работа	Вид контроля
			в з.е.	в часах	Всего	лекции	семинары, ПЗ	кур.раб/контр. раб		
1	Очная	1	3	108	54	18	36		54	зачет с оценкой
		2	3	108	54	18	36		27	экзамен
2	Очно-заочная	1	3	108	22	6	16		86	зачет с оценкой
		2	3	108	20	6	14		61	экзамен

### Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>1 семестр</b>								
Тема 1. Графический дизайн и реклама как вид художественной деятельности. Виды, жанры.и техники исполнения.	26	14	6	8			12	ПК-2 31 ПК-2 32
Тема 2. Истоки графического дизайна и рекламы в Древнем мире.	24	12	4	8			12	ПК-2 32 ПК-2 У1 ПК-2 У2
Тема 3. Предпосылки зарождения графического дизайна и рекламы в Средние века и в эпоху Возрождения.	24	12	4	8			12	ПК-2 32 ПК-2 У1 ПК-2 У2
Тема 4. Эпоха Нового времени. Открытие типографий и книгопечатание за рубежом и в России.	24	12	4	8			12	ПК-2 32 ПК-2 У1
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>6</b>	
<b>Всего за семестр</b>	<b>108</b>	<b>54</b>	<b>18</b>	<b>32</b>		<b>4</b>	<b>54</b>	
<b>2 семестр</b>								
Тема 5. Графический дизайн эпохи промышленной революции. Новый уровень полиграфии и печатной рекламы.	20	12	6	6			8	ПК-2 31 ПК-2 32 ПК-2 У1 ПК-2 У2 ПК-2 В1 ПК-2 В2
Тема 6. Зарубежный и российский графический дизайн и реклама во 2-й пол. XIX века.	20	14	4	10			6	ПК-2 31 ПК-2 У1
Тема 7. Графический дизайн и реклама эпохи модерна, конструктивизма и соцреализма.	20	14	4	10			6	ПК-2 32 ПК-2 У1
Тема 8. От реализма к постмодернизму. Основные виды и стили в графическом дизайне и рекламе Европы, Японии, Америки и России во 2-й	21	14	4	10			7	ПК-2 32 ПК-2 У1

половине XX – начале XXI века.							
<b>Экзамен</b>	<b>27</b>					<b>27</b>	
<b>Всего за семестр</b>	<b>108</b>	<b>54</b>	<b>18</b>	<b>36</b>		<b>27</b>	<b>27</b>
<b>Итого</b>	<b>216</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	<b>68</b>		<b>31</b>	<b>81</b>

### Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>1 семестр</b>								
Тема 1. Графический дизайн и реклама как вид художественной деятельности. Виды, жанры и техники исполнения.	26	6	2	4			20	ПК-2 31 ПК-2 32
Тема 2. Истоки графического дизайна и рекламы в Древнем мире.	24	4		4			20	ПК-2 32 ПК-2 У1 ПК-2 У2
Тема 3. Предпосылки зарождения графического дизайна и рекламы в Средние века и в эпоху Возрождения.	24	4	2	2			20	ПК-2 32 ПК-2 У1 ПК-2 У2
Тема 4. Эпоха Нового времени. Открытие типографий и книгопечатание за рубежом и в России.	24	4	2	2			20	ПК-2 32 ПК-2 У1
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>6</b>	
<b>Всего за семестр</b>	<b>108</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>12</b>		<b>4</b>	<b>86</b>	
<b>2 семестр</b>								
Тема 5. Графический дизайн эпохи промышленной революции. Новый уровень полиграфии и печатной рекламы.	20	4		4			16	ПК-2 31 ПК-2 32 ПК-2 У1 ПК-2 У2 ПК-2 В1 ПК-2 В2
Тема 6. Зарубежный и российский графический дизайн и реклама во 2-й пол. XIX века.	20	4	2	2			16	ПК-2 31 ПК-2 У1
Тема 7. Графический дизайн и реклама эпохи модерна, конструктивизма и соцреализма.	20	6	2	4			14	ПК-2 32 ПК-2 У1
Тема 8. От реализма к постмодернизму. Основные виды и стили в графическом дизайне и рекламе Европы, Японии, Америки и России во 2-й половине XX – начале XXI века.	21	6	2	4			15	ПК-2 32 ПК-2 У1
<b>Экзамен</b>	<b>27</b>					<b>27</b>		
<b>Всего за семестр</b>	<b>108</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>14</b>		<b>27</b>	<b>61</b>	
<b>Итого</b>	<b>216</b>	<b>42</b>	<b>12</b>	<b>26</b>		<b>31</b>	<b>147</b>	

## **5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ).**

### **Раздел I. Специфика графического дизайна и рекламы. Истоки и развитие графического дизайна в Древнем мире, Средневековье, эпоху Возрождения и Нового времени.**

**Тема 1.** Графический дизайн как вид художественной деятельности.

Графический дизайн как дисциплина связана с художественными и профессиональными дисциплинами, фокусирующимися на визуальной коммуникации и представлениях. Для создания и комбинирования символов, изображений или слов используются разнообразные методики с целью сформировать визуальный образ идей и посланий. Графический дизайнер может пользоваться типографским оформлением, изобразительными средствами и техниками вёрстки страниц для производства конечного результата. Графический дизайн как термин часто применяется при обозначении самого процесса дизайна, с помощью которого создаётся коммуникация, так и при обозначении продукции (результатов), которые были получены по окончании работы.

**Тема 2.** Истоки графического дизайна и рекламы в Древнем мире.

В Древнем мире рекламы как устойчивой, социальной практики в современном смысле этого слова не было. Однако существовали различные коммерческие коммуникации, имеющие своей целью распространения информации о товаре или услугах и привлечении покупателей (глашатаи, ярмарки, базары). В современной науке данный первичный вид коммерческой коммуникации обозначен термином протодизайн.

**Тема 3.** Зарождение графического дизайна и рекламы в Средние века и эпоху Возрождения.

Истоки графического дизайна в средние века были связаны со средневековой книжной миниатюрой и геральдикой. Второе направление истоков – Средневековый Восток, изобразительные методы которого повлияли на развитие графики как таковой – имеется в виду влияние китайской и японской живописи, графики и каллиграфии, а также мусульманской каллиграфии. Книжная миниатюра представляет собой выполненные от руки цветные иллюстрации и другие элементы книжного оформления (инициалы, заставки, концовки) в рукописных книгах. Как правило, миниатюры выполнялись гуашью, акварелью и клеевыми красками и орнаментов в средневековых рукописных книгах. Выполнением книжных миниатюр занимались монахи.

Основные изменения в духовной и материальной жизни общества в эпоху Возрождения. Роль рекламы в торговле этого периода, характерные художественные признаки эпохи, проявившиеся в создании и оформлении книг. Изменения в духовной и материальной жизни общества. Первые научные достижения. Неразрывность художественного и технического творчества. Новый эстетический идеал, его отражение в рекламе, книжном деле и гравюрах. Особенности проникновения идей Возрождения в страны Европы – Испанию, Англию, Францию, Германию.

**Тема 4.** Эпоха Нового времени. Открытие типографий и книгопечатание за рубежом и в России. Графический дизайн в Европе Нового времени было тесно связано с открытием типографий (в Швейцарии в 1468 г., во Франции в 1470, в Бельгии в 1473, в Англии в 1476, а Австрии в 1482). Распространяются книги, растет грамотность населения. В России первые книги были напечатаны в 1550-е годы. «Апостол» стал первой русской печатной книгой, на которой стояло имя печатника – Иван Федоров.

Самостоятельная работа.

Работа с литературой.

### **Раздел 2. Графический дизайн и реклама в эпоху промышленной революции**

**Тема 5.** Графический дизайн эпохи промышленной революции. Новый уровень полиграфии и печатной рекламы. В XIX веке полиграфия, а следовательно и печатная реклама выходит, благодаря, развитию техники, на качественно новый уровень. Основные изобретения в этой области были сделаны: в 1789 году Никола-Луи Роббер создает машину для производства бумаги, в 1811 году Фридрих Кенинг – паровой печатный станок. Новые методы репродукции способствуют созданию нового типа изданий – иллюстрированных журналов.

**Тема 6.** Зарубежный и российский графический дизайн и реклама во 2- половине XIX века.

Эпоха перелома в рекламной коммуникации. Эпоха 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 «Farmet». Вторая половина XIX века и плакатный бум. Монументальная живопись – как предплакатная форма рекламы. Ассоциация плакатистов. Массированные рекламные кампании. Эволюция лубочного творчества в России. Афиши театральные и балаганные. Городские шрифтовые и изобразительные вывески. Появление фирменного знака в России и исходный образ фабричной марки. Упаковка как товарный знак. Российский плакат. Малые рекламные формы.

**Тема 7.** Графический дизайн и реклама эпохи модерна, конструктивизма и соцреализма.

Конец XIX века- время стиля модерн, характеризующийся стремлением максимально эстетизировать предметную среду. Для него характерно романтическое декорирование повседневных вещей, тонкие изящные линии, природные формы, эротизация, цветовые нюансы, литературные и исторические реминисценции, глобальность эстетического проекта.

Стиль «модерн» – первый интернациональный стиль. Идея стилевой цельности, универсальные принципы проектирования. Влияние японской гравюры и классической живописи на графический язык модерна.

Идея синтеза искусств. Проникновение нового стиля в архитектуру, живопись и графику. А. Гауди, П. Гогена, П. Боннара, Г. Климта, Э. Мунка, М. Врубеля, В. Васнецова, О. Бёрдсли, А. Мухи, Л. Бакста, К. Сомова, И.Билибина.

Конструктивизм и его принципы. Владимир Татлин – родоначальник нового направления. Россия – как центр «новой графики». Л. Попова, А. Ганн, В.Степанова, В. Стейберг, А. Родченко, Л. Лисицкий. Влияние конструктивизма и супрематизма на развитие мирового графического искусства. Конструктивизм и периодика. Типографика журналов «ЛЕФ», «Новый ЛЕФ», «Строительство Москвы», «Вещь», «Архитектура», «Merz», «Red». Шрифтовые предпочтения стиля. Особенности супрематической типографики.

Американский путь развития рекламы. Регулирование рекламных приемов. Создание массового рынка и массовой потребительской идеологии. Культ вещи. Массовое рекламное искусство. Формирование и расцвет швейцарского международного стиля.

Объединение АХРР и поворот к реалистическому методу во всех сферах искусства. Плакаты Д. Мора, Кукрыниксов и Тоидзе.

**Тема 8.** От реализма к постмодернизму. Основные виды и стили в графическом дизайне и рекламе Европы, Америки и России во 2-й половине XX – начале XXI века.

Предпосылки к переменам в 1960-х годах. Типографика новой волны или «швейцарский панк» и принципы обновления. 1970-1980-е годы. Основатель «новой волны» в типографике» Д. Фридман, Э. Грейман, В Кунц. Шрифты «новой волны». Влияние стиля на развитие мирового графического дизайна.

Идеи авангарда и новое поколение в Америке. 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. Уильям 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 в США и радикальные течения дизайна, новые формы графического языка. Понятие «постмодернизм» и «постмодерн». «Постмодернизм», его эстетические взгляды как феномен общественной жизни. Разрушение постулата: «форма следует за содержанием». Поль Шер и «ретро-стили». Плюрализм эстетических взглядов. Авторский почерк дизайнеров: Стеффа Гайсбулера, Герберта Меттера, Дэвида Карсона, Руди Вандерсанса, Барри Дека, Сол Баса. Позитивное и негативное пространство в графике Нома Бара. Графитти Бэнкси. Японская графика: Юсаку Камекура и Сигео Фукуды.

Советский графический дизайн и реклама 60-х -80-х годов XX века. Иллюстрации Т. Мавриной и Мая Митурича. Графический дизайн Артемия Лебедева.

### **5.1. Планы практических, самостоятельных занятий (доклады)**

1. Роль графического дизайна в контексте визуальной коммуникации.
2. Основные графические и технологические средства в создании современных рекламных проектов.
3. Основные формы визуальной коммуникации, существовавшие в Древнем мире.
4. Средневековая геральдика как предтеча современного графического дизайна.
5. Каким образом изобретение книгопечатания оказало влияние на развитие рекламы.
6. Первые типографии в странах Западной Европы и их особенности.
7. История создания первой книги, напечатанной в России.
8. Роль гравюры в процессе развития рекламы.
9. Влияние изобретений XIX века на развитие графического дизайна.
10. Особенности книжной иллюстрации середины XIX века.
11. Основные выразительные средства стиля модерн и его проявление в графическом дизайне и рекламе.
12. Графический дизайн и реклама в 1920-30 годы XX века в США.
13. Советский графический дизайн и реклама 1920-30-х годов.
14. Графический дизайн и реклама 40-50 годов XX века в США. Эпоха концепции «хороший дизайн».
15. Графический дизайн и реклама 1960-х годов XX века в США. Поп-арт в графическом искусстве.
16. Графический дизайн и реклама 1970-90-х годов XX века в Японии. Основные художники-графики.
17. Графический дизайн и реклама 1990-х годов XX века. Культовые журналы 90-х годов в Европе.
18. Современный зарубежный графический дизайн и реклама (на примере Германии или Франции).
19. Современный российский социальный плакат.
20. Современный российский политический плакат.
21. Дизайн современной торговой рекламы.
22. Афиши благотворительных мероприятий и организаций, их художественное оформление.



## СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ

**Абрис** - линия, показывающая форму какого-либо объекта, повторяющая его очертания. То же что и **контур**.

**Абстракция** – отказ от изображения реальной действительности, предмета, человека.

**Айдентика** – визуальный облик бренда в целом: начиная от логотипа и заканчивая принципами корпоративной этики. Синоним определения **фирменный стиль**.

**Аксометрия** - греч. "ось", способ трехмерного изображения формы на плоскости, в перспективе или изометрии с наличием системы координат.

**Акут** (от лат. acutus — имеющий острое ударение) — знак клиновидной формы над буквой или словом, указывающий на ударение в слове или во фразе.

**Аллегория** - (от греч. allegoria — иносказание) — наглядное выражение мысли, идеи посредством конкретного образа или предмета. Причем внешне этот аллегорический образ может быть совершенно отдален от первоначального, но совершенно с ним однозначен. Есть такие аллегии, которые понятны всем люди, независимо от языка, на котором они говорят. Например, образ женщины с завязанными глазами и весами в руке стал общепринятой аллегорией правосудия. Змея, обвившая чашу, — аллегорией медицины.

**Аллигат** - книга-перевертыш, брошюра или книжное издание, которое можно читать с обеих сторон книжного блока. При этом каждый из текстов имеет свой титульный лист. По сути, в одном переплете содержится два издания.

**Амбиграмма**- (от лат. ambi — двойной и греч. gramma — буква) — слово-перевертыш или каллиграфический узор, позволяющий совместить два различных прочтения из одного и того же набора линий.

**Анаморфоза**- (от греч. ana — на, вверх и morfe — форма) — эффект наложения одного изобразительного мотива на другой, их зрительного слияния, напр., морской волны и рисунка камня, человеческого тела и древесного ствола. Характерен как для природы, так и для искусства (особо популярен в современной рекламе).

**Ансамбль**- "вместе, сразу", художественно- образная целостность частей, каждая из которых законченная композиция - строенность, соподчинение форм, несет в себе композиционный смысл, средствами симметрии, ритма,, пропорционирования

**Апостроф** - надстрочный разделительный знак в слове в виде запятой (например, в слове д'Артаньян).

**Арт-дизайн** — разновидность современного дизайна с явным приоритетом эстетического начала. Иными словами — элитный, концептуальный дизайн, основанный на принципах «высокого» искусства. Произведения арт-дизайна в большинстве случаев не рассчитаны на практическое использование. Они служат для эпатажа зрителей, самоутверждения авторов-дизайнеров, стремящихся к новизне и оригинальности идей любыми средствами.

**Арабеска** -сложный восточный (арабский) орнамент, состоящий из геометрических и растительных элементов. Может содержать арабский шрифт.

**Асимметрия**- понятие противоположное симметрии, снимает условие равенства двух частей формы между собой. - это вариант композиции, при котором сочетание и расположение элементов, осей, плоскостей симметрии не наблюдается. Это отсутствие, или нарушение симметрии (дисимметрия).

**Ассюре** - (от франц. Assurer — страховать) — линейка, состоящая из нескольких прямых или волнистых линий, служащая для защиты от подделки вписанного в документ текста (например, суммы денег или фамилии). Применяется в бланках документов денежной отчетности (например, приходно-кассовых ордеров).

**Афиша**- (от греч. afficher — объявлять) — вид печатной рекламы на бумаге или картоне. В отличии от ПЛАКАТА является средством оповещения широкой аудитории о каком-либо предстоящем событии.

**Баннер** -от англ. banner — флаг, транспарант, растяжка) — статическое или анимированное изображение с рекламной информацией. Основное применение — наружная реклама и интернет. Обычно это тканевое или виниловое полотно прямоугольной формы информационного или рекламного содержания для щита, билборда или растяжки.

**Баркод**- товарный код по стандарту Международной ассоциации товарной нумерации, содержащий закодированную информацию о продукции и ее изготовителе. Представляет собой чередование темных и светлых полос (штрихов) разной ширины с нанесенными под ними цифрами.

**Биговка** — наметка сгибов, один из этапов послепечатной подготовки.

Во время этой операции на листах плотной бумаги или картона по линиям будущих сгибов продавливаются бороздки (биги). После этого сгибы получаются ровные, аккуратные, без заломов. В условиях производства биговка делается на специальных биговочных машинах с помощью дисковых ножей.

**Билборд** (от англ. billboard — рекламный щит) — рекламная конструкция для наружной рекламы.

. Применяется при изготовлении визиток, открыток, буклетов, упаковки.

**Блинтовое тиснение** — тиснение штампом без краски и фольги с нагревом или без него. Штмп выглаживает материал, углубляя его в месте тиснения и меняя его фактуру.

**Бордю** (от франц. bordure — край) — орнамент в виде полосы, состоящей из повторяющихся элементов. Используется в качестве украшения по краям страницы.

**Бренд** ( от англ.brand — клеймо) — название компании или товара, торговый знак, торговая марка, которые идентифицируют конкретную продукцию.

или конкретного продавца с целью выделения их среди конкурентов.

**Бродсайт** — листовая рекламный материал большого формата, который складывается, и рассылается по почте без конверта.

**БРОШЮРА** — непериодическое книжное издание в обложке в виде нескольких скрепленных листов.

**Буквица** — заглавная буква укрупненного размера, помещаемая в начале текста. Буквица может включать в себя различные декоративные элементы, орнамент или иллюстрацию.

**Буклет** (от франц. bouclette — колечко) — непериодическое рекламно-информационное издание, содержащее краткую информацию о компании, продукции или услуге. Обычно это отпечатанный с двух сторон лист с одним или несколькими сгибами. В виде буклета обычно выпускаются рекламные проспекты.

**Бул-марк** — реклама издательства, вкладываемая в книгу или журнал в виде красочной закладки.

**Виды симметрии:** зеркальная, осевая, зеркально-осевая, винтовая.

**Винтовая симметрия**- симметрия, где элемент совершает одновременно вращательное и поступательное движение вокруг оси. Свойственно только для объемных тел.

**ВХУТЕМАС**-Высшие Государственные художественно-технические мастерские (произн.: «Вхутэмас») — наименование московского художественного вуза в период с 1920/21 по 1926/27 учебный год.

**Гамма цветовая** в изобразительном искусстве наименование внешних цветовых особенностей колорита (см.), характеристика «оптической» закономерности, которая объединяет основные цветовые оттенки произведения. Как правило, этот термин сопровождается обычными для цвета определениями (так как цветовую гамму называют теплой, горячей, холодной, яркой, блеклой, светлой и т.д.)-

**Гармония**, в переводе с греческого, это созвучие, согласие, противоположность хаосу. Гармония означает высокий уровень упорядоченности и отвечает эстетическим критериям совершенства и красоты. Относительно композиции, гармония понимается как ее формальная характеристика.

**Геометрическая абстракция** - один из видов абстрактного искусства, предпочитающий композиции, в основе которых — строгая ритмика геометрических или (в скульптуре) стереометрических фигур сочетают рационализм с романтикой, тяготея к построению «абсолютных» красочно-графических монументальных символов, выражающих мистические законы космоса. В то же время геометрическая абстракция впитала в себя и технократический пафос конструктивизма.

**Гравюра** -(франц. Gravure, от graver — вырезать). В изобразительном искусстве раздел графики, включающий произведения, исполненные посредством печатания с гравированной доски. Отдельное произведение соответствующего раздела графики также называется гравюра. Гравюра называется оригинальной, если она целиком, включая всю обработку доски, исполнена самим художником. Гравёр — мастер, занимающийся любой разновидностью гравирования по металлу, стеклу, камню, дереву, линолеуму и пр.

**Графика** (франц. Graphique) линейный, от греч. Grapho — пишу, рисую). Один из видов изобразительного искусства, близкий живописи со стороны содержания и формы, но имеющий свои собственные конкретные задачи и художественные возможности. В отличие от живописи, основным изобразительным средством графики является однотонный рисунок (т.е. световая линия, светотень): роль цвета в ней остается сравнительно ограниченной. Со стороны технических средств графика включает в себя рисунок в собственном смысле слова — во всех его разновидностях. Как правило, произведения графики исполняют на бумаге, изредка применяются и другие материалы (например, шелк или пергамент). В зависимости от назначения и содержания, графика подразделяется на станковую, которая охватывает произведения самостоятельного значения, не требующие для раскрытия своего содержания связи с литературным текстом; книжную и журнально-газетную. Рисунки, сделанные карандашом, тушью или углём — всё это графика.

**Граффити** (итал., «graffio» -царапать ) — впервые слово стало употребляться по отношению к надписям, найденным при раскопках города Помпеи в 1755 году, когда город был расчищен от вулканического пепла, под которым был погребен после извержения Везувия в 79 году н. э.

**Графический дизайн** —проектирование символов-знаков, логотипов, услуги дизайнеров, проектирующих полиграфическую продукцию и т. д.

**Гротеск** (франц. Grottesque, буквально —причудливый; комичный). Шрифт без засечек. Первый наборный шрифт этого класса был создан в 1816 году. Он применялся для привлечения внимания в заголовках рекламы. Прародителем современных типографских гротесков считается шрифт Акциденц Гротеск, разработанный в 1896 году неизвестным художником для фирмы Berthold.

**Дизайн**- замысел, проект, термин обозначающий виды проектной деятельности, имеющей цель формирования эстетических и функциональных качеств.

**Дизайн упаковки**-процесс проектирования, или оформления упаковки продукта в соответствии с утвержденными визуальными константами торговой марки бренда, к которому относится продукт. В широком смысле – самостоятельная художественная дисциплина со своими законами, историей и канонами.

**Динамичность** – явление противоположное статичности. Оно олицетворяет жизнь, развитие. Контраст в измерениях формы, ее членении создает динамику.

**Доминанта** - (лат. dominans, dominantis) — господствующий. Доминировать — господствовать, преобладать; возвышаться (над окружающей местностью). В графическом дизайне — самый активный, контрастный элемент в композиции листа.

**Зеркальная** - это симметрия в которой элементы композиции расположены на одинаковом расстоянии от плоскости симметрии и при наложении друг на друга их фигуры совпадают по всем точкам, т.е. одна фигура зеркально повторяет другую.

**Знак** (фр., «signe»; лат., «signum» — отметка — созданное человеком изображение, смысл которого известен. С 15 века слово «sign» стало встречаться в качестве глагола «подписывать», причем подписью был крест, которым, согласно профессору Уикли, «большинство из наших предков «подписывали» письма в конце вместо того, чтобы ставить свои имена». В настоящее время словом «sign» обозначается как любое графическое изображение, передающее какое-либо специальное сообщение (например, математический знак), так и жест, выражающий какую-либо информацию или команду. Этим словом могут обозначаться также плакаты, транспаранты и другие средства, являющиеся носителями информации.)

**Иллюстрация** — визуализация текста в книге, журнале, газете. Иллюстрация используется для: передачи эмоциональной атмосферы художественного произведения, визуализации образов героев повествования, демонстрации описываемых объектов, а также отображения пошаговых инструкций в технической документации.

**Каллиграфия** — искусство красивого, правильного письма; слово происходит от греческого «калос» — красота. Противоположность — «какографии» — плохому, неразборчивому изображению букв.

**Каталог** (позднелат. catalogus — перечень, список). Указатель художников или произведений искусства в алфавитном порядке. Рекламный каталог — брошюрованное издание, содержащее фотоизображение товара и краткое описание к нему.

**Китч** — примитивный, тупой (кухонный) «дизайн», в настоящее время определение носит оттенок пренебрежения и презрения. Этот стиль широко используется в современной рекламе, ориентированной на широкого (народного) потребителя. Слово появилось в 1860-1870-е годы в Германии (Мюнхене) и означало переделку старой мебели, обновление с оттенком обмана: продавать старое как новое.

**Коммерческая реклама** -Под определение коммерческой рекламы подпадают такие типы реклам, как: реклама торговой марки, торгово-розничная реклама и реклама с обратной связью. Количество носителей во всех этих видах рекламы бесконечно велико.

**Композиционные оси** - это невидимые оси композиции (силовые линии) на которых расположены элементы. Оси выявляют структуру изображения и обеспечивают взаимодействие элементов и целостность композиции.

**Композиционный центр** – это главный акцент, кульминация, где используются самые сильные средства.

**Композиция** — метод гармонизации, система средств и способов создания эстетически целостного объекта. Композиция – составление, объединение всех элементов формы художественного произведения в органическое единое целое, выражающее образное, идейно-художественное содержание. Дословно композиция (от латинского «compositio» – составление, сочинение) – построение произведения искусства. Понятие «композиция» первоначально применялось только в архитектуре, а затем распространилось на живопись, музыку и другие виды искусства.

**Композиция** - составление, сочетание, художественно- образный тип структуры.

**Конструктивизм**, направление в изобразительном искусстве, архитектуре и дизайне 20 в., поставившее своей целью художественное освоение возможностей современного научно- технического прогресса. В зодчестве тесно примыкает к рационализму и функционализму.

**Конструкция** - построение, функциональный тип структуры, в котором все элементы связаны для выполнения определенной функции.

**Контраст** - отношение, в котором преобладает резкое различие однородных свойств. Ряд контрастных элементов объединяется противоположностью признаков. Контраст порождается не просто разностью, несходством, а полярностью, подобной полярности магнита. Контраст пространственных величин как средство их композиционной связи должен основываться на ясно воспринимаемых свойствах.

**Курсив** —печатный шрифт с наклоном основных штрихов приблизительно на 15° и скругленными формами штрихов и их соединений, несколько напоминающий рукописный. Используется большей частью как вид выделительного начертания в шрифтовом наборе текста.

**Литография** —широко распространенная разновидность графической техники, связанная с работой на камне (плотный известняк) или заменяющей его металлической пластине (цинк, алюминий). Литография исполняется художником на поверхности камня жирным литографским карандашом и специальной тушью. Вслед за травлением камня кислотой рисунок смывают; взамен наносится типографская краска. Ее накатывают валиком по увлажненному камню. Печатание производят на специальном станке (см. также автолитография).

**Логотип** (греч., — отпечаток слова) —термин, обозначающий в 19 веке небольшие печатные формы, содержащие две или несколько букв (например, вместо «and» — & ), созданные в целях ускорения набора; позднее так стали называться адреса, названия или торговые марки, отлитые в виде печатной формы единым куском. В наши дни это слово часто сокращают до слова «лого» и им называют торговую марку, что вносит определенную путаницу. Можно принять одно из распространенных определений, где логотипом в торговой марке, является её буквенное обозначение, а знаком — изобразительное.

**Масштабность** - отношение величины предмета, в частности здания, к росту человека.

**Модуль** - наименьшая не делимая величина, которая принимается за единицу при расчете пропорций.

**Модульность** - является универсальным средством дизайна, хотя до сих пор толкового объяснения ему не существует. Модуль - это величина принимаемая за основу расчета какого-либо предмета. Главная особенность модуля: кратность к целому произведению ( т.е. это один и тот же элемент, размножив который и комбинируя разными сочетаниями можно получать разные формы, например, паркет, плитка на тротуаре). Модуль бывает: плоскостной, рельефный и объемный.

**Нюанс** - отношение, при котором сходство выражено сильнее, чем различие. Признаки сходства связывают ритмический ряд. Нюансное отношение пространственных форм (прямоугольник, близкий к квадрату, параллелепипед с близкими размерами сторон) также характеризует композицию как статичную. Нюанс-это незначительные отличия элементов в композиции по тем же категориям. Также выделяют одномерный и многомерный нюанс. В нюансных формах больше сходства, а различие идет на чуть-чуть. Нюанс предполагает небольшое различие свойств. Обычно он применяется для дополнения контраста.

**Орнамент.** Слово «орнамент» образовано от латинского слова «ornamentum», которое переводится как «украшение». Орнаментом называют узор, с повторяющимися в определенном порядке рисунками.

**Офсет** — это способ печати или способ перенесения краски с печатающей поверхности на бумагу, в случае с офсетом, печать ни сразу прикладывается к бумаге, а сначала — к вращающемуся цилиндру, и только затем – с цилиндра на бумагу.

**Осевая симметрия** - это симметрия относительно оси, линии пересечения двух или большего числа плоскостей симметрии. В осевой симметрии сам элемент должен иметь несимметричное строение.

**Палитра** —это тонкая деревянная дощечка прямоугольной или овальной формы с отверстием . Палитра нужна художникам для работы масляными красками.

**Печать** (англ. »seal» — печать, восходит к лат., » sigillum» — печать, а это, в свою очередь, служит уменьшительным от «signum» — знак) — обычно выгравированная в металле эмблема или знак, используемая для оттиска на бумаге или сургуче как символ идентификации владельца или полученных полномочий.

**Пиктограмма** — стилизованное и легко узнаваемое графическое изображение, упрощенное с целью облегчения визуального восприятия. заключается в усилении характерных черт изображаемого предмета. Пиктограмма (лат., » pictus» — нарисованный) — изображение, используемое в качестве символа в ранних системах письменности. Например, полумесяц используется как обозначения луны, волнистые линии — в качестве обозначения воды.

**Под симметрией** понимается равенство правой и левой частей формы произведения относительно центральной вертикали, разделяющей его на две равные части.

**Постер**, или более привычное для нас — **плакат** — крупноформатное, изображение, сделанное в рекламных, агитационных, информационных или просветительских целях. В теории графического дизайна — постер это сведенное в четкую визуальную формулу рекламное сообщение, предназначенное для побуждения получателя сообщения на конкретные действия. С точки зрения особенностей плаката, как рекламоносителя, он может выступать в виде рекламной полосы в печатном издании, уличного лайтбокса, придорожного щита (биллборда) или просто афиши. С содержательной точки зрения, плакат должен соединять в цельную композицию ряд элементов графического дизайна, находящихся в определенной взаимосвязи друг с другом, а именно: крупное, рисованное или фотографическое изображение, слоган, расшифровывающий рекламное сообщение и элементы фирменного стиля рекламодавца (знак и логотип).

**Равновесие** - это такое состояние композиции, при котором все элементы сбалансированы между собой. Уравновешенные части целого приобретают зрительную устойчивость. В основном равновесие сводится к балансу по выразительности. Выделяют статическое и динамическое равновесие.

**Ракурс** (франц. Raccourcir — укорачивать, сокращать). **РАКУРС** (франц. Raccourcir — укорачивать, сокращать).

**Рекламный дизайн** — скорее коммерческое ремесло, основанное больше на достижении прибыли, чем на искусстве.

**Рисунок** — разновидность художественной графики, основанная на технических средствах и возможностях рисования. В отличие от живописи, рисунок выполняется твердым красящим веществом (карандаш, сангина, уголь и пр.) или пером, кистью с использованием туши, акварели. Выразительными средствами рисунка являются, как правило, штрих, пятно, линия. Такой рисунок может быть как беглой зарисовкой с натуры, так и завершенной графической композицией, включая в оригинале иллюстрацию, карикатуру, плакат.

**Ритм** - это чередование каких-либо элементов в определенной последовательности. (такт, мерность, мерное течение) Важнейшим признаком ритма является повторяемость элементов (форм) и интервалов между ими. Ритмические повторы могут быть: равномерными, убывающими или нарастающими. В зависимости от этого повторяемость может быть двух типов: статическая и динамическая.

**Символ** (греч. — знак, сигнал, признак, примета, залог, пароль, эмблема ), знак, который связан с обозначаемой им предметностью так, что смысл знака и его предмет представлены только самим знаком и раскрываются лишь через его интерпретацию.

**Симметрия** - это тождественное расположение элементов относительно точки, оси или плоскости симметрии, воспринимаемое глазом как особый вид упорядоченности равновесия и гармонии. Симметричными являются тождественные элементы фигуры, одинаково расположенные относительно какой-либо точки, оси или плоскости, называемые центром, осью или плоскостью симметрии.

**Соподчинение** - это выделение центра композиции (доминанты), которому подчиняются все остальные элементы (причем, не просто подчиняются, а усиливают его значимость), т.е. в композиции возникает иерархия;

**Статичность формы** – это подчеркнутое выражение состояния покоя, незыблемости, устойчивости формы во всем ее строе.

**Стилизация** - это обобщенный образ средств художественной выразительности, обусловленных единством творческих приемов.

**Стиль** - это язык архитектуры, проекта, композиции и , как любой живой язык он перенимает языки из других направлений образуя свой самобытный лексикон.

**Тектоника** - зрительное выражение внутренней конструкции изделия на поверхности формы

**Тектоника формы** – это художественное выражение закономерностей построения изделия с учетом пластических свойств материала.

**Типографика** - набор приемов оформления печатного текста посредством вёрстки, с использованием норм и правил, специфических для данного стилевого направления и школы.

**Тождество** - это повтор элементов одинаковых, подобных по своим качествам (размер, форма, тон и т.п.). Требования к тождественной композиции: элемент должен быть простой, выразительный, красивый; должно соблюдаться отношение тождественного элемента к пространству.

**Торговая марка** — Торговая марка (trademark), (brand) — текстовые или графические символы, обозначающие товар или группу товаров одного товаропроизводителя. (в узком смысле) — любой знак, отметка, символ, имя, слово, которые используются производителями для обозначения своей продукции.

**Фирменный знак** —обозначает, что выпуск товаров или предоставление услуг осуществляется фирмой, имеющей этот знак. Обычно фирменный знак, который в наши дни часто называют «логотип корпорации» (от слова «логограмма»), представляет собой название компании, инициалы, монограмму или графическое изображение.

**Фирменный стиль**— это набор визуальных, вербальных и иных элементов, совокупность которых создает уникальный образ бренда в коммуникациях.

**Экслибрис** (от лат. ex libris «из книг») — книжный знак, наклеиваемый владельцами библиотек на книгу, преимущественно на внутреннюю сторону переплета.

**Эмблема** (лат., «emblem») —под эмблемой понимается символическое изображение какого-либо понятия или идеи: например, якорь является символом надежды; «семисвечник» — иудаизма; голубь — символом мира.

**Эпиграф**— надпись, помещаемая обычно на монументе, строении, статуе, надгробии, т.ж. специальный прием используемый в печатных СМИ.

**Эскиз** (франц. Esquisse — набросок). В изобразительном искусстве и дизайне: художественное произведение вспомогательного характера, являющееся подготовительным наброском более крупной работы и воплощающее ее замысел основными композиционными средствами.

**Эстамп** - оттиск с гравировальной доски. Это то же, что и гравюра на дереве, металле, линолеуме или камне. Эстампы бывают чёрно-белыми и цветными. Доску с выгравированным рисунком делает художник.

## **6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Одним из основных видов деятельности студента является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение практических заданий. Методика самостоятельной работы предварительно

разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя. Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой. Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Для более полной реализации цели, поставленной при изучении тем самостоятельно, студентам необходимы сведения об особенностях организации самостоятельной работы; требованиям, предъявляемым к ней; а также возможным формам и содержанию контроля и качества выполняемой самостоятельной работы. Самостоятельная работа студента в рамках действующего учебного плана по реализуемым образовательным программам различных форм обучения предполагает самостоятельную работу по данной учебной дисциплине, включенной в учебный план. Объем самостоятельной работы (в часах) по рассматриваемой учебной дисциплине определен учебным планом.

В ходе самостоятельной работы студент должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.);
- применить полученные знания и навыки для выполнения практических заданий.

Студент, приступающий к изучению данной учебной дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной самостоятельной работы и контролируемой самостоятельной работы, в том числе по выбору. Задания для самостоятельной работы студента должны быть четко сформулированы, разграничены по темам изучаемой дисциплины, и их объем должен быть определен часами, отведенными в учебной программе.

Самостоятельная работа студентов должна включать:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, лабораторно-практическим);
- поиск (подбор) и изучение литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с тематическим планом;
- домашнее задание, предусматривающее завершение практических аудиторных работ;
- подготовку к зачету или экзамену;
- работу в студенческих научных обществах, кружках, семинарах и т.д.;
- участие в научной и научно-методической работе кафедры, факультета;
- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах.

### 6.1. Задания для углубления и закрепления приобретенных знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
-------------------------	-------------------------	---------



<b>ПК-2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий	ПК-2-31	<b>Вопросы для устного опроса</b> 1. Знания и технические изобретения в области проторекламы в древней Греции и Риме. 2. Реклама в эпоху развития ремесел в средневековых городах и способ налаживания эффективной торговли произведенных вещей и предметов. 3. Из чего изготавливались и чем наносились тексты в рукописных константинопольских книгах и их отличие от свитков древней Греции? 4. Роль буквиц и графической миниатюры в рукописных книгах Византии.
	ПК-2-32	<b>Вопросы для устного опроса</b> 1. Каковы характерные черты стиля ар-нуво в графическом дизайне и рекламе. Франции? 2. Каковы характерные черты арт-деко в графическом дизайне и рекламе? 3. Какую технику использовал Маяковский при создании плакатов «Окон РОСТА». 4. Чем характеризуется модернизм в графическом дизайне и рекламе? 5. Какие основные стилистические направления формируют рекламу и графический дизайн в начале XX века.

### 6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК –2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий	ПК-2-У1	1. Провести анализ с использованием литературных источников графических проектов Александры Экстер и воплощение их в творческой работе. 2. Проанализировать композиционное и цветовое решение рекламных плакатов Альфонсы Мухи.
	ПК-2-У2	1. С использованием литературы и Интернет-ресурсов дать краткий обзор истории возникновения направления конструктивизма в России и его проявление в графических работах Александра Родченко. 2. Провести анализ фотографий и графических работ Эля Лисицкого в экспозиции советского павильона на международной выставке «Пресса» в 1928 году в Кёльне. 3. Дать оценочную характеристику рисункам для советских тканей Варвары Степановой, созданных в стиле конструктивизма. 4. Какой американский художник, автор военного плаката в 1917 году, повлиял своей работой на создание Дмитрием Моором знаменитого плаката, призывающего идти добровольцем на гражданскую войну?.

### 6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК –2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий	ПК-2-В1	1. Дать определение дизайнерскому стилю в графике и рекламе в работах Энди Уорхола.
		2. К какому стилевому направлению относятся графические работы дизайнеров в стиле оп-арт и поп-арт?
	ПК-2-В2	1. Что собой представляет Фан-арт? 2. Какие культовые журналы появляются в России в 1990-х годах и их графическое оформление.
		1. С какой целью графический дизайнер использует принцип гармонии в своем проекте ?. 2. Определить современные стилевые направления в графическом дизайне и рекламе. 3. Как социокультурная ситуация в России в 1990е годы отразилась на дизайне журналов? 4. Назвать основные графические и технологические средства в создании современных рекламных проектах. 5. Основная тематика современного российского социального плаката.

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

#### *Паспорт фонда оценочных средств*

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
<b>ПК - 2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с	<b>Знать</b>	правила и принципы творческого решения задачи в области графического дизайна и рекламы. ПК-2-31	Устный опрос	Вопросы к зачету с оценкой и экзамену
		основы подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей ПК-2-32		
	<b>Уметь</b>	пользоваться необходимой научно-методической, искусствоведческой, специализированной и профессиональной литературой, с применением информационно-коммуникационных технологий	Доклад	Вопросы к зачету с оценкой и экзамену

применением информационно-коммуникационных технологий		ПК-2-У1 выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид ПК-2-У2		
	<b>Владеть</b>	навыками аргументированной разработки проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи, учитывая пожелания и предпочтения потребителей ПК-2-В1 способностью синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации. ПК-2-В2	Практические задания	Вопросы к зачету с оценкой и экзамену

### Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Критерии оценивания результатов обучения			
			2	3	4	5
<b>ПК - 2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-	<b>Знать</b>	правила и принципы творческого решения задачи в области графического дизайна и рекламы. ПК-2-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		основы подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей ПК-2-32				
	<b>Уметь</b>	пользоваться необходимой научно-методической, искусствоведческой, специализированной и профессиональной литературой, с применением информационно-коммуникационных технологий ПК-2-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет

коммуникационных технологий		выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид ПК-2-У2				
	<b>Владеть</b>	<p>навыками аргументированной разработки проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи, учитывая пожелания и предпочтения потребителей ПК-2-В1</p> <p>способностью синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации. ПК-2-В2</p>	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет

## 7.1. ФОС для проведения текущего контроля

### 7.1.1. Задания для оценки знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p><b>ПК-2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий</p>	ПК-2-31	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Новые рекламные жанры в период Нового времени.</li> <li>2. Описать особенности рекламы одной из европейских стран XIX в.</li> <li>3. Обозначить отличия американской и европейской рекламы XIX в.</li> <li>4. Выделить особенности европейского плаката XIX в. по странам.</li> <li>5. Сравнить пример американской рекламы 1930-х 1950-х гг. с любым из направлений европейского графического дизайна. В чем отличие графических культур двух континентов.</li> <li>6. Анализ любого листа с точки зрения стиля и технологии изготовления. Стили: «барокко», «классицизм», «викторианский стиль», «искусство и ремесла», «модерн» и «реализм».</li> <li>7. Описать особенности американской рекламы XX в.</li> <li>8. Значение выставок в развитии рекламы, на примере «Русских сезонов» в Париже.</li> <li>9. Сравнить особенности русской и немецкой рекламы XX в.</li> <li>10. Как перекликаются национальные идеи Германии и СССР в рекламной графике XX в.</li> <li>11. Проанализировать графические и технологические приемы двух из стилей на основе журнальной обложки (на выбор): «Немецкий веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм». Сравнить результаты.</li> <li>12. Значение голландской школы графического дизайна в мировой культуре.</li> <li>13. Предпосылки возникновения «функционализма» и его</li> </ol>

		отражение в графическом дизайне и рекламе. 14. «ар-деко» - последний роскошный стиль и его социальная направленность. 15. «Неорусский» стиль и русская культура.
	ПК-2-32	<b>Перечень вопросов</b> 1. «Швейцарский стиль» и новая эпоха в графическом дизайне. 2. Особенности советского плаката и общие черты с американской рекламой. 3. «Постмодернизм», общие тенденции и разнообразие графических школ. 4. Мастера японского графического дизайна, особенности национальной культуры и влияние европейского мировоззрения. 5. Типографика. Этапы трансформации профессии. Э.Рудер. 6. Телевидение и реклама. 7. Особенности рекламы в Интернете. 8. Развитие плакатного искусства в XX в.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
<b>Отлично</b>	Обучающийся полно и аргументировано отвечает на вопросы, обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры, излагает материал последовательно и правильно
<b>Хорошо</b>	Обучающийся дает правильные ответы на вопросы, но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений заданных вопросов, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил, не умеет достаточно обосновать свои суждения и привести примеры, излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на вопросы, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал

### 7.1.2. Задания для оценки умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК-2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с	ПК-2-У1	<b>Темы к докладу</b> 1. Предпосылки развитие китча в графическом дизайне 10-30 годов XX века. 2. Русский торгово-промышленный плакат. 3. Влияние промышленной революции на развитие графического дизайна и рекламы.. 4. Владислав Теодор Бенда как представитель графического дизайна начала XX века. 5. Отражение Первой мировой войны в графическом дизайне начала 20 века. 6. Ирландское движение искусств и ремесел. Иллюстрации Гарри Кларка. 7. Эдвард Пенфилд как яркий представитель художников американской рекламы начала XX века. 8. Графическое творчество Джозефа Кристиана Лейендекера – создателя рекламных постеров для компании «Arrow Collar» и многочисленных обложек журнала «The Saturday Evening Post». 9. Социокультурная ситуация в России в 1990-е годы и ее отражение в графическом дизайне журналов. 10. Культовые журналы 1990- годов в России и их основные особенности.

применением информационно-коммуникационных технологий	ПК-2-У2	<p style="text-align: center;"><b>Темы к докладу</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стиль модерн в графическом дизайне художников «Мир искусства» на примере Константина Сомова.</li> <li>2. Основные направления графического дизайна в русском модерне.</li> <li>3. Значение Всероссийских художественно-промышленных выставок в развитии отечественного графического дизайна и рекламы.</li> <li>4. Отличительные особенности постмодернизма в современном графическом дизайне и рекламе в России.</li> <li>5. Современные технологии и материалы в графическом дизайне и рекламе.</li> <li>6. Отражение творческих поисков художников-графиков на формирование современного графического дизайна (Евгения Стрхова, Александра Королькова, Иван Гладких).</li> <li>7. Графический дизайнер шрифта Илья Рудерман и его сотрудничество с изданиями: «Коммерсант», «Афиша», «Московские новости».</li> </ol>
---	---------	---

### Критерии оценки учебных действий обучающихся (выступление с докладом)

Оценка	Характеристики ответа обучающегося
<b>Отлично</b>	обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему; <ul style="list-style-type: none"> <li>- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;</li> <li>- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>- делает выводы и обобщения.</li> </ul>
<b>Хорошо</b>	обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; <ul style="list-style-type: none"> <li>- не допускает существенных неточностей;</li> <li>- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;</li> <li>- аргументирует научные положения;</li> <li>- делает выводы и обобщения.</li> </ul>
<b>Удовлетворительно</b>	тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть Обучающийся усвоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; <ul style="list-style-type: none"> <li>- допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>- испытывает затруднения в практическом применении знаний;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- затрудняется в формулировании выводов и обобщений.</li> </ul>
<b>Неудовлетворительно</b>	обучающийся не усвоил значительной части проблемы; <ul style="list-style-type: none"> <li>- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;</li> <li>- испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>- не может аргументировать научные положения;</li> <li>- не формулирует выводов и обобщений.</li> </ul>

### 7.1.3. Задания для оценки владений, навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>ПК-2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды,	ПК-2-В1	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Новые рекламные жанры в период Нового времени.</li> <li>2. Подобрать образцы рекламы Франции, Англии, Америки и России, описать особенности рекламы одной из европейских стран XIX в.</li> <li>3. На примере плаката обозначить отличия американской и европейской рекламы XIX в.</li> <li>4. Сравнить пример американской рекламы 1930-х – 1950-х гг. с любым из направлений европейского графического дизайна. В чем отличие графических культур двух континентов.</li> <li>5. Подобрать примеры американской рекламы XX в., проанализировать особенности.</li> </ol>

пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий		<p>6. Найти русскую и немецкую рекламу XX в. со схожими чертами.</p> <p>7. Сравнить графические и технологические приемы двух из стилей на основе журнальной обложки (на выбор): «Немецкий веркбунд», «футуризм», «конструктивизм», «супрематизм».</p> <p>8. Подобрать журнальные обложки или плакаты в стиле «функционализма».</p>
	ПК-2-В2	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>1. Подобрать образцы стиля «ар-деко» в архитектуре, искусстве, интерьере, моде, предметной культуре и определить общие черты с образцами рекламы, плаката и т.д.</p> <p>2. «Неорусский» стиль в архитектуре и графике.</p> <p>3. Подобрать примеры графического дизайна «швейцарского стиля» и выделить характерные черты.</p> <p>4. Проанализировать советский плакат и американской рекламой. Сравнительный анализ.</p> <p>5. «Постмодернизм», общие тенденции и разнообразие графических школ.</p> <p>6. Привести примеры особенности рекламы в Интернете.</p>

### Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
<b>Отлично</b>	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Хорошо</b>	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

## 7.2. ФОС для проведения промежуточной аттестации.

### 7.2.1. Задания для оценки знаний к зачету с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p><b>ПК-2</b></p> <p>Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения</p>	ПК-2-31	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Определение графического дизайна в контексте визуальной коммуникации.</p> <p>2. Предпосылки возникновения графического дизайна в первобытные времена.</p> <p>3. Какие формы визуальной коммуникации существовали в Древнем мире.</p> <p>4. Средневековая геральдика как предтеча современного графического дизайна.</p> <p>5. Изобретение книгопечатания и его влияние на развитие рекламы.</p> <p>6. Первые типографии в Европе и первые печатные книги.</p> <p>7. Роль гравюры в процессе развития рекламы.</p> <p>8. Графический дизайн и реклама в культуре Нового времени.</p> <p>7. Формирование фирменного стиля. Его основные особенности.</p>

<p>потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>ПК-2-32</p>	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рекламные технологии. Роль офсетной печати.</li> <li>2. Роль шрифта в плакате и рекламе. Типографика.</li> <li>3. Плакат как средство визуальной информации. Первые сатирические рисунки и плакаты в годы Отечественной войны 1812 года.</li> <li>4. Роль Всемирных выставок в рекламе продукции стран участниц (на примере выставки в Лондоне 1851 года).</li> <li>5. Техника литографии и ее роль в графическом творчестве А. Орловского.</li> <li>6. Технология изготовления русского лубка XVIII века.</li> <li>7. В каких техниках гравюры работал Альбрехт Дюрер?</li> </ol>
--	----------------	--

### **7.2.2 Задания для оценки умений к зачету с оценкой**

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p><b>ПК-2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>ПК-2-У1</p>	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Значение текста, шрифта и цвета в рекламном плакате.</li> <li>2. Роль уличной вывески в рекламе. Ее основные виды.</li> <li>3. Шрифты и практика их использования.</li> </ol>
	<p>ПК-2-У2</p>	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Протореклама как возможность социализации человека в античном мире.</li> <li>2. Типографские эмблемы и экслибрисы.</li> <li>3. Начало газетной рекламы в Западной Европе.</li> <li>4. Своеобразие исторического пути торговой рекламы Японии.</li> <li>5. Североамериканская реклама в XIX веке.</li> <li>6. Рекламная роль упаковки в Европе в XIX веке.</li> <li>7. Афиша и вывеска в России в XIX веке.</li> <li>8. Российские выставки в XIX веке как синтетический рекламный жанр (на примере Нижегородской юбилейной ярмарки в честь 300-летия Дома Романовых).</li> <li>9. Фотографика. Ее история и развитие в России.</li> <li>10. Русский отдел международной выставки плаката в Париже.</li> <li>11. Классификация видов и жанров рекламы.</li> <li>12. Рекламная роль упаковки как решение психологической и маркетинговой задачи.</li> </ol>

### **7.2.3. Задания для оценки владений, навыков к зачету с оценкой**

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p><b>ПК-2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и</p>	<p>ПК-2-В1</p>	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наружная реклама и ее основные виды.</li> <li>2. Реклама в соцсетях. Ее основные виды.</li> <li>3. Дизайн упаковки и его основные составляющие (форма, материал, цвет)..</li> <li>4. Понятие абстрактный логотип и его основные принципы формирования символа на примерах известных логотипов (Pepsi, Puma, Adidas и т.д.)</li> <li>5. Логотипы-маскоты (персонажи, талисмана) и их роль в коммуникации.</li> </ol>



коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий		6. Роль и функции графического
	ПК-2-B2	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Информационные технологии в дизайн-проектировании (рекламные видеоролики, мультимедийные презентации и сайты) по выбору.</p> <p>2. Товарный знак и его функции.</p> <p>3. Основные элементы фирменного стиля. предприятия.</p> <p>4. Разновидность и отличительные особенности рекламной композиции (плоскостная, объемно-пространственная, глубинно-пространственная) по выбору.</p> <p>5. Современная реклама и ее особенности на Российском рынке..</p> <p>5. Актуальность графического дизайнера в современном мире.</p> <p>6. Основные функции графического дизайнера.</p> <p>7. Рекламный бизнес Лео Бернетта.</p> <p>8. Армин Хоффман как ключевая фигура графического дизайна середины XX века. Основные произведения.</p> <p>9. Эмиль Рудер и его роль в создании нового типа графики, соответствующего духу времени.</p>

### Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Итоговая оценка</b>
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

#### 7.2.4. Задания для оценки знаний к экзамену

<b>Формируемая компетенция</b>	<b>Код результата обучения</b>	<b>Задание</b>
<b>ПК-2</b> Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации,	ПК-2-31	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Виды, жанры и технические средства графического дизайна и рекламы</p> <p>2 Предпосылки возникновения графического дизайна и рекламы в Средние века.</p> <p>3. Начало книгопечатания в Европе.</p> <p>4. Ренессансные традиции в печатной книге.</p> <p>5. Начало книгопечатания в России. Названия первых печатных книг.</p> <p>6. Графический дизайн и реклама в культуре Нового времени.</p> <p>7. Германская гравюра в истории графического дизайна (гравюры Альбрехта Дюрера).</p> <p>8. Английская гравюра в истории графического дизайна (гравюры</p>

учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий		Хогарта). 9. Голландский офорт в истории графического дизайна (офорты Рембрандта).
	ПК –2-32	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. В какой технике гравюры выполнялся русский лубок XVIII-XIX веков. 2. Искусство книги в художественной культуре рубежа XIX-XX веков. Иллюстрации к «Королю Артуру» и пьесе «Соломея» Обри Бердслея. 3. Иллюстрации Ивана Белибина к сказкам А.С. Пушкина. 4. Особенности рекламных плакатов Альфонсы Мухи. 5. Ар деко в рекламных плакатах и Кассандра. 6. Ар деко в плакатах Эдуардо Гарсия Бенито.

### 7.2.5.Задания для оценки умений к экзамену

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-2 Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-методическую, искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий	ПК-2 У 1	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Реклама зрелищ – афиша и её художественное оформление во Франции конца XIX- начале XX века в творчестве Анри Тулуз-Лотрека. 2. Эклибрик как художественное произведение. Его история и основные виды. 3. Граффити как вид искусства уличного творчества и его яркое проявление в творчестве Цан Цу Чой и Бэнкси.
	ПК-2 У 2	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Развитие художественной рекламы в советской России 1920-30-х годах (на примере работ Александра Родченко). 2. Плакаты «Окон РОСТА Владимира Маяковского. 3. Варвара Степанова и ее роль в создании рисунков новых образцов советских тканей. 4. Эль Лисицкий и его роль в книжной графике и плакате. 5. «Окна ТАСС» и плакаты Кукрыниксов. 6. Советские кино плакаты 1920-х годов ( братья В.и Г. Стенберги, М. Векслер, М. Длугач и др.) 7. Графика Владимира Фаворского (на примере иллюстраций Домик в деревне А. Пушкина и Слово о полку Игореве) 8. Коммерческая реклама в творчестве Энди Уорхола. 9. Особенности иллюстраций Татьяны Мавриной. 10. Фотография на примере творчества А.Родченко и Л. Лисицкого. 11. Графические особенности логотипов автомобилей (Мерседес, Бентли, Форд, Мицубиси и др. по выбору). 12. Постмодернистское творчество Логвина Андрея Николаевича

### 7.2.6. Задания для оценки владений, навыков к экзамену

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-2 Способен синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта по созданию объектов	ПК-2-В-1	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Коммерческий плакат Юсаку Камекура. 2. Деятельность графической студии Артемия Лебедева. 3. Позитивное и негативное пространство в графике Нома Бара. 4. Шрифтовой дизайнер Илья Рудерман. Особенности его творчества. 5. Культ иллюзий в плакатах японского дизайнера Сигшео Фукуда. 6. Книжный дизайн Александра Рюмина

<p>визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая нужды, пожелания и предпочтения потребителей. опираясь на необходимую научно-искусствоведческую, специализированную, профессиональную литературу, с применением информационно-коммуникационных технологий</p>	<p>ПК-2-В-2</p>	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Японский графический дизайн ( Кэйити Танами, Авадзу Киёси, Кацуи Мицуо- по выбору).</li> <li>2. Американский Китч в плакатном искусстве 1950-60-х годов.</li> <li>3. Проуны Э. Лисицкого и их значение в создании выставочных интерьеров.</li> <li>4. Современный социальный плакат в России и его тематика.</li> <li>5. Книги и реклама американского дизайнера Уильяма Аддисона Двиггинса.</li> <li>6. Графический стиль Льва (Феликса) Збарского.</li> <li>7. Отличительные черты американского плаката 1950-х годов.</li> <li>8. Особенности иллюстраций Мая Митурича.</li> <li>9. Швейцарский графический стиль в плакатах и рекламе 1960-1980-х годов.</li> <li>10. Особенности польского плаката 1970-1990-х годов.</li> <li>11. Творчество дизайнера шрифтов Ивана Гладких.</li> <li>12. Забавные серии иллюстраций в Инстаграме Евгении Страховой.</li> </ol>
--	-----------------	--

### Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
<p>Уровень 1. Недостаточный</p>	<p>Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий</p>	<p>Неудовлетворительно/незачтено</p>
<p>Уровень 2. Базовый</p>	<p>Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач</p>	<p>Удовлетворительно/зачтено</p>
<p>Уровень 3. Повышенный</p>	<p>Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач</p>	<p>Хорошо/зачтено</p>
<p>Уровень 4. Продвинутый</p>	<p>Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения</p>	<p>Отлично/зачтено</p>

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

### 8.1. Основная учебная литература.

1. Панкратова А. История графического дизайна и его использование в рекламе. – Смоленск, 2020.
2. Ковешникова Н.А. История дизайна : учеб. пособие. – М.: Омега-Л, 2014, 2015.
3. Панкратова А. История графического дизайна и его использование в рекламе. – Смоленск, 2020.
4. Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии: учеб. пособие для бакалавриата. – М.: Магистр; ИНФРА-М, 2014, 2015.
5. Эйри Д. Логотип и форменный стиль : Руководство дизайнера. – СПб.: Питер, 2014.

## 8.2. Дополнительная учебная литература.

1. Александров Ф. Хроники российской рекламы / Ф. Александров. - М.: Гелла-принт, 2003.
2. Барт, Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры пер. с фр. / Р. Барт; пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. - М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2004.
3. Иттен И. Искусство формы: Мой форкурс в Баухаузе и других школах / Пер. с нем. и предисл.: Л. Монахова. – М., 2001. /1 экз./ Ч.З.
3. Краузе Дж. Разработка логотипа: большая книга дизайнерских идей, подходов и концепций / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2013.
4. Ромат Е. В. Реклама. Учебник для вузов / Е. В. Ромат. - Студцентр; 2008
5. Справочник современного дизайнера / под ред. Л.Р. Маиляна. – Ростов н/Д: Феникс, 2014.

<a href="http://www.portal.gersen.ru">http://www.portal.gersen.ru</a>	Сайт Электронной библиотеки Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена «Гуманитарные технологии в социальной сфере». Раздел «Методология и наука»
<a href="http://elibrary.rsl.ru/">http://elibrary.rsl.ru/</a>	Сайт Российской электронной библиотеки (РГБ)
<a href="http://www.tretykov.ru">http://www.tretykov.ru</a>	Третьяковская галерея
<a href="http://www.hermitage.ru">http://www.hermitage.ru</a>	Государственный Эрмитаж, Санкт-Петербург.
<a href="http://www.museum.ru">http://www.museum.ru</a> <a href="http://www.museum.ru">http://www.museum.ru</a> <a href="http://www.netpopular.com/art.htm">http://www.netpopular.com/art.htm</a>	каталог ссылок на музейные сайты.
<a href="http://www.spanish-arts.com">http://www.spanish-arts.com</a>	Прадо, Мадрид.
<a href="http://www.rusmuseum.ru">http://www.rusmuseum.ru</a>	Государственный Русский музей, Санкт-Петербург
<a href="http://www.mcad.edu/AICT/html">http://www.mcad.edu/AICT/html</a>	«История изобразительного искусства и архитектуры» (от античности до 20 века).
<a href="http://www.archi.ru">http://www.archi.ru</a>	“Архитектура России”.
<a href="http://www.kemsu.ru/rus/preart-diff.html">http://www.kemsu.ru/rus/preart-diff.html</a>	«Первобытное искусство»
<a href="http://www.kemet.ru">http://www.kemet.ru</a>	«Культура и искусство Древнего Египта».
<a href="http://www.sunsite.dk/cgfa">http://www.sunsite.dk/cgfa</a>	«Европейская живопись XII–XX веков».
<a href="http://www.sunsite.dk/cgfa">http://www.sunsite.dk/cgfa</a>	«Европейская живопись XII–XX веков».
<a href="http://www.loyono.edu/artis">http://www.loyono.edu/artis</a>	«Искусство XX века».

## 10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.

Основными видами аудиторной работы обучающегося при изучении дисциплины являются лекции и доклады для презентаций. Обучающийся не имеет права пропускать без уважительных причин аудиторные занятия, в противном случае он может быть не допущен к зачету/экзамену.

На лекциях разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции обучающийся должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал, записывать рекомендованную учебную литературу, которая формулируется в виде рекомендаций изучить определенную главу, раздел учебника учебного пособия;

Дается анализ литературных источников по теме, учебной информации, изложенной в различных источниках, ее обобщение, систематизация, сравнение, выделение главного, особенного и т.п. Важное место занимает самостоятельная работа обучающегося, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках, учебных пособиях и в рекомендованной преподавателем тематической

литературе. По согласованию с преподавателем или его заданию обучающийся может готовить рефераты по отдельным темам дисциплины. Примерные темы докладов и вопросов для обсуждения приведены в настоящих рекомендациях.

### **10.1. Работа на лекции.**

Основу теоретического обучения обучающихся составляют лекции. Они дают систематизированные знания обучающимся о наиболее сложных и актуальных философских проблемах. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению обучающимися изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Излагаемый материал может показаться обучающимся сложным, необычным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей науки, религии, истории, практики. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета.

Обучающиеся должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Обучающимся, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

### **10.2. Работа с конспектом лекций.**

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

### **10.3. Выполнение практических работ.**

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у обучающихся.

Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Дается список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к занятию.

Подготовка обучающихся к занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение обучающимися знаний, но и направленных

на развитие у них творческого мышления, научного мировоззрения. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, обучающимся необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение, дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Обучающийся должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

#### **10.4. Подготовка докладов и фиксированных выступлений.**

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

#### **10.5. Разработка электронной презентации.**

Распределение тем презентации между студентами и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучающиеся представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;

- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;

- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

-списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

#### **10.6. Методика работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.**

В Институте созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в Институте комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института.

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие лифта, пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия: для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске); внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание); разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет: использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения; регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений; обеспечения

возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой Института по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия: ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий; в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается; действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений; предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Использование некоторых дистанционных методик работы с обучающимися, имеющими проблемы с моторикой (такими, которые не успевают конспектировать лекции), одной из которых может быть использование технических средств фиксации (диктофоны), с последующим составлением тезисов лекции в период самостоятельной работы студента, может способствовать запоминанию материала и развивать моторику.

Следующим этапом этой работы может быть подготовка для этой же категории обучающихся к семинарским занятиям таких заданий, которые не требуют от них написания длинных текстов. Наиболее оптимальным вариантом такого задания может служить тестовое задание. Тесты могут быть использованы и для контроля знаний студентов с дефектами (заторможенностью речи).

#### **11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ).**

При проведении лекционных занятий по дисциплине преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения Института, а также демонстрационные (презентации) и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования Института, при необходимости – с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

Лицензионное программно-информационное обеспечение	Microsoft Windows, Microsoft Office, Google Chrome, Kaspersky Endpoint Security
Современные профессиональные базы данных	1. Консультант+ 2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».
Информационные	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные



справочные системы	<p>цифровые технологии»</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)</li> <li>3. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа)</li> <li>4. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)</li> <li>5. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
--------------------	---

## **12. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНЫХ АУДИТОРИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в специализированной аудитории, оборудованной ПК, с возможностями показа презентаций. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, видеороликов.

Применение ТСО (аудио- и видеотехники, мультимедийных средств) обеспечивает максимальную наглядность, позволяет одновременно тренировать различные виды речевой деятельности, помогает корректировать речевые навыки, способствует развитию слуховой и зрительной памяти, а также усвоению и запоминанию образцов правильной речи, совершенствованию речевых навыков.

### *Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений*

<p>№ 401 Кабинет истории и философии, учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доска</li> <li>- трибуна</li> <li>- технические средства, служащие для представления информации большой аудитории</li> <li>- компьютер</li> <li>- демонстрационное оборудование и аудиосистема</li> <li>- экран</li> <li>- микрофоны</li> <li>- учебно-наглядные пособия</li> </ul> <p>Программное обеспечение:  Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 401 Кабинет истории и философии, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доска</li> <li>- трибуна</li> <li>- технические средства, служащие для представления информации большой аудитории</li> <li>- компьютер</li> <li>- демонстрационное оборудование и аудиосистема</li> <li>- экран</li> <li>- микрофоны</li> <li>- учебно-наглядные пособия</li> </ul>

<p>Программное обеспечение:  Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 404, 511  Помещения для самостоятельной работы  - комплекты учебной мебели  - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду  Программное обеспечение:  Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛ/2020 от 31 октября 2019 года).</p>
<p>№ 404  Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет  - комплекты учебной мебели;  - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему.  Программное обеспечение:  Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛ/2020 от 31 октября 2019 года).</p>
<p>№ 401  Актовый зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий  - специализированные кресла для актов залов  - сцена  - трибуна  - экран  - технические средства, служащие для представления информации большой аудитории  - компьютер  - демонстрационное оборудование и аудиосистема  - микрофоны  Программное обеспечение:  Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 515, 611  Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования  - стеллажи  - учебное оборудование</p>

**Разработчик:**

Кандидат искусствоведения, доцент, член  
московского союза художников и Ассоциации  
искусствоведов

Доронина Л.Н.