



Программу составил(и):

*Кандидат исторических наук, Доцент, Малиш Марьяна Адамовна*

Рецензент(ы):

*Доктор географических наук, Профессор, Елисеева Наталия Волеславовна*

Рабочая программа дисциплины

**История графического дизайна и рекламы**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015)

составлена на основании учебного плана:

54.03.01 Дизайн

утвержденного учёным советом вуза от 17.04.2023 протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Кафедра рекламы и дизайна**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2023 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой Малиш Марьяна Адамовна

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол №9 от 17 апреля 2023 г.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.1	Изучение дисциплины «История графического дизайна и рекламы» дает возможность студентам рассмотреть в исторической ретроспективе культурные и социально-экономические процессы синтеза графического дизайна и рекламы, выявить точки взаимного влияния этих областей выражения творческой мысли, прогнозировать актуальные направления развития графического дизайна и рекламы.
Задачи:	— выявление графического дизайна как основного инструмента визуальных коммуникаций в рекламе; — раскрытие исторического генезиса графического дизайна и рекламы в контексте смены исторических парадигм; — выявление технических, стилистических и идеологических особенностей графического дизайна и рекламы в разные исторические периоды; — знакомство с наиболее значимыми отечественными и зарубежными именами, школами и направлениями в графическом дизайне и рекламе; — осмысление сущности графического дизайна и рекламы в парадигме постмодерна

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции: ОК-10 — способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
2.1.2	Проектирование
2.1.3	История искусств
2.1.4	История (история России, всеобщая история)
2.1.5	Пропедевтика
2.1.6	Основы производственного мастерства
2.1.7	Теория дизайна
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	История дизайна , техники, науки , история искусств , теория дизайна
2.2.2	Техника графики
2.2.3	Фотография
2.2.4	Типография
2.2.5	Основы производственного мастерства

**3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения****4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ . подг.
-------------	---	----------------	-------	-------------	--------------------------	---------------

**5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ****5.1. Контрольные вопросы и задания**

Тема 1.

Литература: О-1-4; Д-5-20.

Вопросы для самопроверки

1. Объясните отличия проторекламы от профессионально сформировавшейся рекламы.
2. Дать определения понятиям дизайн, культура, искусство, протореклама, реклама.
3. Перечислите основополагающие принципы отличающие рекламу от проторекламы.
4. Что вы знаете о формах рекламной и дизайнерской деятельности?
5. Почему реклама появилась раньше дизайна как направления творчества?

Задания для самостоятельной работы

1. Создайте схему классификации видов и жанров рекламы.
2. Дайте одно из определений рекламы
3. Опишите взаимодействие между дизайном и рекламой.
4. Опишите воздействие рекламы на общество.

Тема 2.

Литература: О-1-4; Д-5-20.

Вопросы для самопроверки

1. Как появилась культовая протореклама?
2. Что собой представляет демонстративная символика сообществ?
3. Как происходило развитие демонстративной символизации в культуре.?
4. Какие формы демонстративного поведения до сих пор применяются в рекламных кампаниях?

Задания для самостоятельной работы

1. Перечислите современную демонстративную символику известных вам сообществ.
2. Проанализируйте её содержательные и дизайнерские достоинства.
3. Перечислите формы демонстрационного поведения.

Тема 3.

Литература: О-1-4; Д-5-20.

Вопросы для самопроверки

1. Как происходило выделение рекламы из проторекламных текстов?
2. В чём состоял профессионализм глашатаев как специалиста рекламного дела?
3. В чём состояла жанровая дифференциация устной рекламы в античном городе?
4. Какие существовали способы регулирования рекламного процесса в античности?

Задания для самостоятельной работы

1. Подготовьте доклад и презентацию по теме «Дизайн предметно-изобразительной рекламы в античности».
2. Подготовьте доклад и презентацию по теме «Граффити: История и современность».
3. Напишите реферат «Album Дизайн римской протогазеты». Проиллюстрируйте его.
4. Напишите реферат по теме «Реклама зрелищ – афиша и её художественное оформление».

Снабдите его иллюстрационным материалом.

Тема 4.

Литература: О-1-4; Д-5-20.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите причины состоявшегося переворота в тиражировании информации.
2. Рождение печатных афиш.. Когда и почему появились печатные афиши? Что они рекламировали?
3. Разберитесь с особенностями дизайна периодических изданий.
4. Североамериканская реклама в XIX – начале XX века.
5. Рекламная роль упаковки. Дизайн упаковки как решение психологической и маркетинговой задачи.

Задания для самостоятельной работы

1. Напишите реферат и сделайте сообщение по теме «История развития афиши» (зрелищной, театральной, кино-афиши и др. по выбору) Презентация в Power-Point должна включать иллюстративный материал по выбранной теме.
2. Подготовьте доклад по одной из тем: Развитие вывесок как сферы дизайна. Эмблемы и экслибрисы. Экслибрис как художественное произведение. История недобросовестной (надувательской) рекламы. Современная американская реклама. Роль упаковки в рекламе.

Тема 5.

Литература: О-1-4; Д-5-20. Вопросы для самопроверки

1. Охарактеризуйте малые изобразительные формы рекламы.
2. Развитие плакатной рекламы в России.
3. Перечислите архитектурные особенности выставочных павильонов Нижегородской юбилейной ярмарки в честь 300-летия Дома Романовых в XIX в.
4. Российские выставки как синтетический рекламный жанр
5. Выдающиеся отечественные художники-рекламисты.
6. Участие российских художников в Международной выставке плаката в Париже.
7. Торговая реклама периода НЭП.
8. Военный плакат и его функциональное и художественное предназначение.
9. Союзы и объединения рекламистов и дизайнеров в советское время.
10. Дизайн современной торговой рекламы.
11. Лучшие рекламные агентства и удостоенные премий работы этих агентств.

Задания для самостоятельной работы

1. Подготовьте доклад с презентацией в Power-Point по теме: История Лубка. Начало фото-рекламы в России. Плакатная реклама. Конкурсы дизайнеров по оформлению витрин. Фирменный знак с российским гражданством. Нижегородская юбилейная ярмарки в честь 300-летия Дома Романовых

Тема 6.

Литература: О-1-4; Д-5-20.

Вопросы для самопроверки

1. Современный дизайн социальных открыток и плакатов.
2. Современный уровень развития социальной рекламы.
3. Дизайн её оформления и содержания в различных странах мира.
4. Саморегулирование в социальной рекламе.
5. Тематические и художественные достижения в области социальной рекламы.

Задания для самостоятельной работы

1. Напишите реферат и сделайте сообщение по теме «Саморегулирование в социальной рекламе». Зарубежная социальная реклама (на примере одной из стран)

#### Вопросы к экзамену

1. Культовая протореклама.
2. Демонстративная символика сообществ.
3. Протореклама как возможность социализации человека.
4. Престижная протореклама.
5. Развитие демонстративной символизации в культуре.
6. Формы демонстративного поведения.
7. Использование знаков собственности в качестве элементов проторекламы.
8. Знаки авторства как вариант проторекламы.
9. Социальные факторы формирования рекламы: культура урбанизма.
10. Выделение рекламы из проторекламных текстов.
11. Глашатаи как первые профессионалы рекламного дела.
12. Жанровая дифференциация устной рекламы в античном городе.
13. Древнейшая Политическая реклама.
14. Элементы конфессиональной рекламы.
15. Способы регулирования рекламного процесса в античности.
16. Дизайн предметно-изобразительной рекламы в античности.
17. Граффити. Album
18. Дизайн римской протогазеты.
19. Реклама зрелищ – афиша и её художественное оформление.
20. Переворот в тиражировании информации.
21. Рождение печатных афиш. Дальнейшее развитие вывесок.
22. Типографские эмблемы и экслибрисы.
23. Экслибрис как художественное произведение.
24. Начало газетной рекламы Особенности дизайна периодических изданий.
25. Соперничество среди рекламных изданий.
26. Надувательская реклама.
27. Своеобразие исторического пути торговой рекламы Японии.
28. Североамериканская реклама в XIX – начале XX века.
29. Рекламная роль упаковки. Дизайн упаковки как решение маркетинговой задачи.
30. Лубочное творчество и его эволюция в XIX веке.
31. Афиша и вывеска в России.
32. Плакатная реклама. Начало фоторекламы в России.
33. Фирменный знак с российским гражданством.
34. Малые изобразительные формы рекламы.
35. Архитектурные особенности выставочных павильонов Нижегородской юбилейной ярмарки в честь 300–летия Дома Романовых в XIX в.
36. Российские выставки как синтетический рекламный жанр.
37. Вывеска как объект дизайнерского творчества.
38. Дизайнерское оформление витрины, мастерство создания образа и настроения – лучшие конкурсные работы
39. Творческий процесс в сфере рекламы и дизайна в России в первой четверти XIX века.
40. Реклама и дизайн в условиях коммерциализации прессы.
41. Начало аналитического обобщения рекламной деятельности в России.
42. Выдающиеся художники-рекламисты. Участие в Международной выставке плаката в Париже.
43. Творческие профессии после Октябрьской революции 1917 года. Исторические корни политического плаката.
44. Торговая реклама периода НЭП.
45. Военный плакат и его функциональное и художественное предназначение.
46. Союзы и объединения рекламистов и дизайнеров в советское время.
47. Дизайн современной торговой рекламы.
48. Возникновение социальной рекламы как ответ на запросы общественной жизни и деятельности социума.
49. Афиши благотворительных мероприятий и организаций, их художественное оформление.
50. Современный уровень развития социальной рекламы. Особенности её оформления и содержания в различных странах мира.
51. Саморегулирование в социальной рекламе.
52. Тематические и художественные достижения в области социальной рекламы.

#### 5.2. Темы письменных работ

#### 5.3. Фонд оценочных средств

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>	
<b>6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства</b>	
6.3.1.1	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.2	Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021
6.3.1.3	LibreOffice Офисный пакет LibreOffice Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.4	Mozilla Firefox Браузер Mozilla Firefox Программное обеспечение по лицензии GNU GPL
6.3.1.5	Яндекс Браузер Браузер Яндекс Браузер Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер <a href="https://yandex.ru/legal/browser_agreement/">https://yandex.ru/legal/browser_agreement/</a>
<b>6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>	
6.3.2.1	Консультант Плюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
6.3.2.2	Кодекс – Профессиональные справочные системы <a href="https://kodeks.ru">https://kodeks.ru</a>
6.3.2.3	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии <a href="https://www.gost.ru/portal/gost/">https://www.gost.ru/portal/gost/</a>
6.3.2.4	ИСО Международная организация по стандартизации <a href="https://www.iso.org/ru/home.html">https://www.iso.org/ru/home.html</a>
6.3.2.5	ABOUT THE UNIFIED MODELING LANGUAGE SPECIFICATION <a href="https://www.omg.org/spec/UML">https://www.omg.org/spec/UML</a>
6.3.2.6	ARIS BPM Community <a href="https://www.ariscommunity.com">https://www.ariscommunity.com</a>
6.3.2.7	Global CIO Официальный портал ИТ-директоров <a href="http://www.globalcio.ru">http://www.globalcio.ru</a>
6.3.2.8	Проект IDEF.ru <a href="http://idef.ru">http://idef.ru</a>
6.3.2.9	Портал выбора технологий и поставщиков <a href="http://www.tadviser.ru">http://www.tadviser.ru</a>

<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>
<p>Для обеспечения обучения студентов по дисциплине «История графического дизайна и рекламы» Университет располагает следующей материально-технической базой:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-лекционными аудиториями, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;</li> <li>-помещениями для проведения семинарских и практических занятий, оборудованными учебной мебелью;</li> <li>-библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;</li> <li>-компьютерными классами.</li> </ul>
<b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ</b>

В качестве учебно-методического обеспечения дисциплины используются учебные пособия, визуальный наглядный материал, методические рекомендации по освоению дисциплины, учебные программы в электронном виде, электронные курсы лекций, тестовый материал, контрольные вопросы для самопроверки, средства проекции наглядного материала. В системе обучения заочной формы большое значение отводится самостоятельной работе. Написанная контрольная работа должна показать их умение работать с историческими источниками и литературой, продемонстрировать навыки аналитического мышления, глубокое и всестороннее изучение темы, а также способность научно изложить полученные результаты.

При выполнении контрольной работы студентам необходимо:

1. Выбрать тему для написания контрольной работы (для удобства проверки контрольной работы преподавателем выбирается номер темы, соответствующий номеру зачетки студента).
2. Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
3. После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам контрольной работы: введению, основной части работы и заключению.
4. Введение обосновывает выбранную студентом тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написана работа.
5. Основная часть работы должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании самой работы не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все

выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.

6. В заключении контрольной работы следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
7. Контрольная работа должна содержать список использованных источников и литературы.