

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «История графического дизайна и рекламы» является второй дисциплиной по выбору вариативной части частью первого блока программы бакалавриата направления «Дизайн» профиля «Графический дизайн».

Дисциплина реализуется в 2018/2019 уч. г. кафедрой художественного проектирования предметно-пространственной среды

Изучение данной дисциплины базируется на теоретических и практических знаниях, умениях и навыках, полученных студентами в процессе освоения дисциплин «История искусства и дизайна».

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

- Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-б);
- способность владеть рисунком и приемами работы, с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями (ПК-1).

Содержание дисциплины охватывает следующие вопросы: становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры, важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне, эволюция профессии и типология объектов графического дизайна».

Цель курса «История графического дизайна и рекламы» - дать будущим дизайнерам систематизированное представление об историческом становлении графической и рекламной деятельности в культуре, её социально-психологических, экономических и эстетических предпосылках, её своеобразии в различных общественно-исторических условиях Западной Европы, США и России.

Достижение этой цели предполагает решение таких задач как: ознакомление учащихся с историческим процессом возникновения и развития графического дизайна и рекламы; выявление основного круга проблем, определяющих перспективы развития исторических и прикладных исследований, связанных с графическим дизайном и рекламой; ознакомление с теоретическими представлениями о графическом дизайне и рекламном творчестве, о построении концептуальной модели творческой стратегии дизайн -проектирования в рамках рекламной кампании, направленной на продвижение товара; ознакомление с разработкой системы проектных представлений о рекламном образе, характеризует содержание творческой деятельности дизайнера промышленной графики и рекламы.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и оценки выполнения контрольных практических заданий, промежуточный контроль в форме зачета в 5 семестре и экзамена в 6 семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 11 зачетных единиц, 396 часов (1 з.е. – 36 часов). Преподавание дисциплины ведется на 3 курсе, 5-6 семестрах (по 18 и 14 недель), предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: занятия лекционного типа, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Проектирование в графическом дизайне», выполнении выпускной квалификационной работы.