

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФГБОУ ВПО «АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет искусств
Кафедра истории отечественного и зарубежного искусства

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА



Барнаул

Издательство Алтайского
государственного университета
2011

Автор-составитель:

канд. искусствоведения, ст. преподаватель *Л.Н. Турлюн*

Научный редактор:

докт. искусствоведения, профессор *Т.М. Степанская*

Программа предназначена для структурирования учебного процесса и обеспечения студентов необходимыми сведениями для усвоения курса «История и основы графического дизайна». Содержит пояснительную записку, тематический план, цели и задачи, основное содержание дисциплины, библиографический список. Рассчитана для студентов факультета искусств.

План УМД 2011 г., п. 91

Подписано в печать 30.05.2011. Формат 60x84/16.

Усл. печ. л. 1,0. Тираж 100 экз. Заказ 169.

Типография Алтайского государственного университета:

656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Графический дизайн – это художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды. Графический дизайн вносит инновационный вклад в развитие социально-экономической и культурной сферы, способствуя формированию визуального ландшафта современности.

Графический дизайн как дисциплину можно отнести к числу художественных и профессиональных дисциплин, фокусирующихся на визуальной коммуникации и представлении. Для создания и комбинирования символов, изображений и/или слов используются разнообразные методики с целью сформировать визуальный образ идей и посланий. Графический дизайнер может пользоваться типографским оформлением, изобразительными искусствами и техниками верстки страниц для производства конечного результата. Графический дизайн как термин часто применяют при обозначении самого процесса дизайна, с помощью которого создается коммуникация, так и при обозначении продукции (результатов), которые были получены по окончании работы.

Цель изучения дисциплины «История и основы графического дизайна» состоит в ознакомлении студентов с теоретическими основами графического дизайна и получения навыков для создания макетов сайтов и полиграфической продукции.

Задачи курса:

- дать студентам общие понятия и терминологию графического дизайна;
- выявить специфику художественного творчества графического дизайна;
- показать особенности исторического развития графического дизайна в связи с развитием науки, техники и технологии;
- познакомить со спецификой творчества в различных направлениях графического дизайна;

В результате изучения дисциплины студенты должны знать:

- основы специальной терминологии в пределах программы;
- основные этапы в истории развития и ведущие направления современного художественного проектирования;
- творчество выдающихся представителей зарубежного и российского дизайна.

Кроме того, студенты должны уметь:

- охарактеризовать специфику дизайнерской деятельности;
- грамотно излагать ее теоретические основы, различать отдельные виды дизайна;

- ставить задачи, связанные с информационной поддержкой всех областей дизайна;
- адаптировать к дизайнерской деятельности новые достижения информационных технологий;
- использовать полученные знания для более глубокого освоения смежных дисциплин, практической работы в курсовом и дипломном проектировании.

Тематический план

Тема	Всего часов	В том числе			Самостоятельная работа
		Лекции	Семинары	Практ. работа	
Введение в предмет и задачи курса «История и теория графического дизайна»	1	1	–	–	
Графический дизайн: основные понятия	1	1		–	
Графический дизайн как средство художественной коммуникации	1	1	2	–	
Специфика художественного творчества в графическом дизайне	1	1		–	
Элементы дизайна	1	1			
Область профессиональных знаний дизайнера-графика	1	1			
Сфера деятельности дизайнера-графика	1	1		–	
История графического дизайна	2	2	–		
Дизайн-графика советского периода (1920–1990-е гг.)	1	1			–
Графический дизайн в США. 1920-е гг.	1	1	–		
Современный этап развития графического дизайна	1	1			
Мировые школы графического дизайна	1	1			
Связь графического дизайна с архитектурой	1	1			
Разделы графического дизайна	1	1			
Каллиграфия	1	1			
Фирменный стиль	10	1		9	
Бренд	4	1		3	
Логотип как элемент фирменного стиля. Товарный знак	16	4		6	10

Визитная карточка как элемент фирменного стиля	9	0.5	2	6
Буклет. Виды рекламных буклетов	11	0.5	5	5
Календарь	11	0.5	5	5
Плакат		0.5	5	5
Рекламная листовка		0.5	4	4
Фирменный бланк как элемент фирменного стиля. Дизайн фирменных папок		0.5	4	4
Промышленная графика		0.5	8	4
Многополосная продукция		0.5	4	4
Периодические издания		1	4	4
Дизайн рекламы		1	5	5
Дизайн книги		1	5	5
Web-дизайн		2	5	5
Дизайн обложки для учебника и учебного пособия.		0.5	2	5
Дизайн обложки научного журнала		0.5	2	5
Дизайн обложки глянцевого журнала		0.5	2	5

Содержание программы

Введение. Предмет и задачи курса «История и теория графического дизайна». Особенности творчества художника и дизайнера. Обзор литературы.

Графический дизайн: Основные понятия. Понятие *объект дизайна*. Графический дизайн как предмет семиотики. Графический дизайн в бизнесе. Графический дизайн в мире – интернет. Графический дизайн как вид искусства. *Графический дизайн* как художественно-проектная деятельность по созданию оригиналов, предназначенных для массового воспроизведения любыми средствами визуальной коммуникации (полиграфия, кино, телевидение, глобальные сети). Задачи и основные художественные средства графического дизайна. Творческая основа художественного проектирования Средства художественной выразительности в графическом дизайне.

Графический дизайн как средство художественной коммуникации. Визуально-графический текст. Графический дизайн как средство художественной коммуникации. Глобализация информационных процессов в обществе и распространение проявлений массовой культуры. Стремление к универсализации транслируемого социального опыта, ценностных ориентаций и норм поведения, создание единой информационной среды.

Основные формы и средства выражения. Становление и развитие визуальных художественных коммуникаций за рубежом. Возникновение и распространение ранних форм визуальной рекламы как залог успешного развития рыночных отношений (XIV–XV вв.). Графика и типографское искусство Европы XV–XVII вв.

Специфика художественного творчества в графическом дизайне. Решение функциональных задач в заданных обстоятельствах, получение художественных результатов в рамках конкретных практических задач). Особенности процесса проектирования (сбор информации, сравнение и анализ, определение проблемы, постановка цели; определение общей концепции проекта, возникновение художественного решения).

Элементы дизайна: линия, тон, текстура, форма, размер, направление. Принципы дизайна. Принципы применения элементов дизайна. Уравновешенность конструкции в дизайне, пропорциональность разделения пространства, единство в элементах, доминирующий элемент, акцент.

Область профессиональных знаний дизайнера-графика (знание и анализ рынка и потребителей, знание психологии восприятия, поиск выразительных средств для наиболее точного выполнения поставленной задачи, необходимость сочетать художественный результат с информативностью, функциональной направленностью и экономичностью решения). Основные категории качества и действительности графического проекта: соотношение текста и изображения, точность и новизна информации, аргументы пользы (от экономической до нравственной), целенаправленность, структурное единство всех элементов.

Сфера деятельности дизайнера-графика. Корпоративный стиль компании и его основной элемент – логотип, буклеты, брошюры, календари и другая рекламная, полиграфическая продукция, упаковки, этикетки, обложки, сувенирная продукция, интернет-сайты, книжные макеты и иллюстрации.

История графического дизайна. Основные этапы развития графического дизайна в России.

Период предистории (XVIII – 1-я пол. XIX вв.). Развитие печатной рекламы в России в сер. XIX – нач. XX в. Становление видов прикладной графики, выделившихся в самостоятельный вид творчества («декоративная графика» или «графическое искусство»). Появление афиш для театральных представлений (1800-е гг.). Идентификация товара с помощью художественных знаков-изображений на протяжении XVIII – 1-й пол. XIX в. Традиции живописной вывески, использование ремесленных цеховых гербов,

знамен и прочей атрибутики. Путь к индивидуализации товара, отличию каждого производителя от множества прочих. Эволюция от простейших эмблем, символа товара или предлагаемых услуг в сторону более сложной разнообразной знаковости с использованием геральдических атрибутов, живописных изображений-картинок, широкое использование мифологических фигур и гербов. Единичный характер проявлений рекламной графики, первые книгоиздательские плакаты (1840–1860-е гг.) Законодательная деятельность в области охраны торгово-промышленной собственности в начале XIX в., изменения в государственном делопроизводстве, переход на бланки типографского изготовления. Распространение прикладной графики в быту в 1830–1840-е гг. (игральные карты, визитные карточки, графика для почтового ведомства). Техника цветной репродукционной литографии.

Открытие школ печатного дела в Москве и Петербурге (1880-е гг. Активизация выставочной деятельности кон. XIX – нач. XX в. Первая Всероссийская выставка печатного дела, Международная выставка художественных афиш (Санкт-Петербург, 1895, 1897), Первая Международная выставка художественных афиш в Москве (1898) и Международная выставка художественных афиш и плакатов в Киеве (1900).

Дизайн-графика советского периода (1920–1990 гг.). Политический плакат эпохи гражданской войны и коммерческая реклама эпохи НЭПа. Начало системной проектно-художественной деятельности, организация первых художественно-проектных бюро (Моссельпром, 1928). Фирменный стиль Моссельпрома как символ эпохи. Инструкция по применению Постановления ЦИК и Совнаркома Союза ССР о товарных знаках (1926). Возобновление выставочной деятельности. Первые выставки прикладной графики в Москве и Ленинграде (1958), выставка промграфики Комбината графических искусств ХФ СССР к XXI съезду КПСС (1961), 1-я выставка советской прикладной графики (ретроспективный и современный разделы, 1963, ЦВЗ) и американской рекламной графики в Москве (1963), Международный фестиваль молодежи и студентов (1957), Международная выставка в Брюсселе (1957), Международная конференция работников рекламы в Праге (1957). Смена стилей и художественных направлений в печатной графике XX в. Художественно-типографские школы Англии, Германии, Швейцарии, Италии и других стран, их ведущие мастера (О. Экман, Т. Гейне, Г. Маталони, Э. Пенфилд, Ж. Датше и др.).

Графический дизайн в США. 1920-е гг. – формирование общества потребления. Эмиграция европейских лидеров современ-

ного искусства в Соединенные Штаты (1930-е гг.). Стремление придать индустриальному веку внешнюю упорядоченность и социальную гармонию. Формирование системы преподавания. (Американский институт графических искусств и Американское общество промышленных дизайнеров). Особенности современной дизайн-графики: броская, целенаправленная рекламность, общепонятность и оригинальность образов, функциональность пространства в сочетании с прагматическим и одновременно новаторским подходом к проблемам коммуникации.

Современный этап развития графического дизайна. Самоопределение графического дизайна как специфической профессиональной деятельности на I конгрессе Международного общества организаций графического дизайна (ICOGRADA, 1964). Практика компьютерного дизайна. Процесс приближения новых технологических возможностей к современным профессиональным художественным требованиям. Компьютеризация производства и влияние этого процесса на эстетику полиграфии. Компьютерные методы проектирования и исполнения произведений печатной продукции. 1970–1990-е гг. – эпоха технической революции в полиграфии. Новые возможности в развитии форм промышленной графики и упаковки. Современные виды печати, их использование в рекламе. Современные полиграфические технологии для воспроизводства рекламной продукции.

Мировые школы графического дизайна. Русский конструктивизм (20-е гг.), американская рекламная графика (30–50-е гг.), швейцарская школа графики (50–70-е гг.), польская школа плаката (50–70-е гг.), японская школа плаката (60–80-е гг.). К ведущим национальным школам графического дизайна относятся также английская, голландская, французская, немецкая, финская. Всемирная организация по графическому дизайну – ICOGRADA, Международный совет ассоциаций по графическому дизайну. Россия представлена в ICOGRADA Академией графического дизайна и Британской Высшей Школой Дизайна.

Связь графического дизайна с архитектурой. Архиграфика. Графические элементы интерьера: выставки, витрины. Виды архитектурной графики: эскиз, чертеж, архитектурный рисунок.

Разделы графического дизайна. Типографика, каллиграфии, шрифты промышленная графика. Фирменный стиль газет, журналов и книг. Визуальные коммуникации, в том числе системы ориентации. Плакатная продукция веб-дизайна, телевизионная графика.

Каллиграфия. Европейская каллиграфия. Славянская каллиграфия. Глаголица (X–XI вв.) Устав (кириллица XI в.). Происхож-

дение кириллицы. Полуустав (XIV в.) Скоропись (XV–XVII вв.)
Этапы развития каллиграфии в Европе. Шумерская клинопись (4 тыс. до н.э.). Египетское иероглифическое письмо (4 тыс. до н.э.) Греческое капитальное письмо (III в. до н.э.) Маюскульный и минускульный римские курсивы (I–VI вв.) Римское капитальное письмо (I–V вв.). Унциальное письмо (IV–VIII вв.). Полуунциальное письмо (VI–IX вв.). Меровингское и вестготское письма (VIII–IX вв.). Староиталийское письмо (IX–XIII вв.). Готика, текстура (XI–XV вв.). Ротунда, швабское письмо (XV в.). Каллиграфия Востока. Китайская каллиграфия. Сакральная еврейская каллиграфия. Арабская каллиграфия.

Мусульманская каллиграфия – область декоративного художественного искусства. Мастера арабской каллиграфии: Абу Али ибн Мукла (272 г. хиджры /886 г. – 328/940 г.). Абу-л-Хасан Али б.Хилал – род. 413 г. хиджры /1022 г. Йакут ал-Муста‘сими, ум. 698 г. хиджры/ 1298 г. н.э.

Выставки каллиграфии. Calligraphy Exhibition at Ethos Art Gallery. Международная выставка каллиграфии. Выставка японской каллиграфии.

Фирменный стиль. История возникновения фирменного стиля. Понятие фирменного стиля, его задачи и функции. Элементы фирменного стиля. Товарный знак, логотип, слоган, фирменный цвет, корпоративный герой, фирменная одежда. Создание фирменного стиля и его внедрение. Носители фирменного стиля: фирменный бланк, конверт, визитная карточка, папка, прайс-лист. Рекламная продукция и сувениры: проспект, буклет, плакат, майки, ручки, брелки, зажигалки, упаковочная бумага, пакеты, вывески, щиты, представительства в сети интернет.

Бренд. Разработка бренда. Разработка текстового названия для бренда. Брендбук. Разработка слоганов. Разработка персонажа бренда, имидж-герой. Разработка бренд-имиджа торговой марки. Стандартные разделы брендбука.

Логотип как элемент фирменного стиля. Принципы построения логотипа: классический или шрифтовой, символичный, синтетический. Основные стили для логотипов. Форма логотипов. Функции логотипа. Структура логотипа. **Товарный знак.** Словесный товарный знак. Графический товарный знак. Фирменный блок (товарный знак + логотип). Цветовая гамма. Фирменный шрифт Модульная система верстки. Символ фирмы, эмблема. Лейтмотивы, используемые в изображении товарного знака: реальные объекты и символы, изображения человека, животный мир, растения объекты культуры и их фрагменты, техника, предметная среда, аб-

страктные мотивы. Требования, предъявляемые к логотипам. Причины успеха логотипа и товарного знака. Правовые вопросы использования товарных знаков. Закон о товарных знаках. Основные понятия. Регистрационные процедуры. Ответственность за незаконное использование знака. Международная защита прав на товарный знак. Этапы разработки товарных знаков.

Символика в логотипе. Понятие символа. История знаковой символики: тотемизм, фетишизм, иероглифы, идеограммы, клинопись. Художественные символы: геометрические символы, информативные символы, индексные символы.

Визитная карточка как элемент фирменного стиля. История визитной карточки. Виды визитных карточек: личные, деловые и корпоративные. Размеры. Особенности дизайна визитной карточки. Стиль дизайна визитной карточки. Общие требования к шрифту визитных карточек. Способы печати визитных карточек. Материалы для визитных карточек. Технологии печати визитных карточек.

Буклет. Виды рекламных буклетов. Функция буклета. Основные принципы создания буклетов. Преимущества буклетов перед другими видами рекламной полиграфии. Исходные данные для разработки дизайна буклета.

Календарь. Преимущества календарей перед другими видами рекламной полиграфии. Виды календарей. Квартальные календари. Плакатные календари. Настенные перекидные календари. Настольные календари-«домики». Настольные календари-«пирамидки». Карманные календари. Исходные данные для разработки дизайна календаря.

Плакат. История рекламно-плакатной графики. Преимущества плакатов перед другими видами рекламной полиграфии. Виды и форматы плакатов. Исходные данные для разработки дизайна плаката. Приемы, используемые в современном плакате.

Рекламная листовка. Тип рекламной листовки. Форматы рекламной листовки. Исходные данные для разработки дизайна листовки.

Фирменный бланк как элемент фирменного стиля. Функциональность фирменного бланка. Разработка оригинал-макета фирменного бланка. Исходные данные для разработки дизайна. **Виды кубариков.** Форматы кубариков. Тип бумаги. Дизайн кубариков. Виды кубариков. Форматы кубариков. **Дизайн фирменных папок.** Функциональность и информативность. Виды папок. Исходные данные для разработки дизайна папки.

Промышленная графика. История промышленной графики. Стилевое развитие промышленной графики. Дизайн товарных и фир-

менных знаков, этикеток, марок, упаковок. **Этикетка.** История термина. Изготовление и печать этикеток. **Марка.** Понятие термина. История термина. Почтовые марки России (1857–1918). Марки Финляндии, Тифлиса и Польши. Земские марки. Советские марки. Первые марки РСФСР. Почтовые марки СССР. Классификация почтовых марок. Форма почтовой марки: прямоугольник, квадрат, треугольник, ромб, трапеция, круг, свободная форма. Материал почтовой марки.

Упаковка. Виды упаковок. Функциональные требования к упаковке. Упаковка как инструмент маркетинга. Особенности дизайна упаковок. Характерные черты дизайна упаковки: концентрация внимания на продукте, использование ассоциативных связей с продуктом, цветовая гамма, интеграция конструктивных особенностей дизайном. Технологичность упаковки. Виды материалов. Этикетка. История этикетки. Влияние дизайна упаковки и этикетки на продвижение товара.

Многополосная продукция. Виды многополосной продукции: каталоги, брошюры и журналы. Преимущества и недостатки многополосной продукции. Исходные данные для разработки дизайна каталога или брошюры.

Периодические издания. Виды периодических изданий. Газета. Классификация газет. Модульная сетка. Журнал. Стиль периодического издания. Название. Формат: газетный, таблоид, увеличенный, ормат бюллетеня. Обложка. Мастхэд. Специфика дизайна глянцевого журнала. Верстка «глянцевых» журналов. Типы верстки иллюстраций: открытая, закрытая, глухая полосная, с выходом на поля. Верстка на полях. Верстка вобрез. Рубрики. Макет. Макетирование. Корпоративные издания. *Дотируемые издания. Каталоги. Прайсы.*

Дизайн рекламы. Специфика рекламного дизайна. Характеристика элементов рекламы. Заголовок. Текст. Художественное оформление. Компонировка рекламы. Графические элементы в рекламе. Цвет в рекламе. Дизайнер и производство рекламы. Дизайн широкоформатной рекламы. Особенности дизайна широкоформатной рекламы. Виды наружной рекламы.

Дизайн книги. Особенности дизайна книги. Особенности верстки книг. Виды литературы: художественная, детская, специализированная. Книжные иллюстрации, суперобложки. Общее конструирование и оформление книги (переплет, обложка, титул, форзац, фронтиспис, заставки, концовки, буквицы. Искусство иллюстрации. Виды иллюстрации. Начало иллюстрирования ботанических книг в России в первой половине XVIII в. Издание Петербургской академией наук ботанических трудов И. Х. Буксбаума «*Plantarum minus cognitarum*» (1728–1740), И. Аммана «*Stirpium rariorum*»

(1739) и Иоганна Георга Гмелина «Flora Sibirica» (1747–1769). Повышенный интерес к растениям и развитие ботанической иллюстрации в России в конце XVIII в., в эпоху императрицы Екатерины Великой. Разработка макета книги. Структура книги. Формат. Подготовка материала для книги. Авторская рукопись

Web-дизайн. Понятие Web-дизайна. Рынок веб-дизайна в России. Специфика Web-дизайна. Общие принципы дизайна Web-сайтов Структура сайта. Типы страниц. Особенности отображения текста в Web. Цвет в Web. Цветовая палитра браузера. Роль цвета в формировании образа сайта. Этапы проектирования. Концепция Web-дизайна. Дизайн макетов.

Практические занятия.

Проектирование логотипов.

Задание 1. Разработать несколько вариантов знака-индекса в программах Adobe Illustrator и Corel Draw с использованием эффектов и фильтров, применяя логические операции преобразования объектов.

Задание 2. Создать в программах Adobe Illustrator и Corel Draw знак-индекс с использованием модульной сетки с применением команды, создающие визуальные эффекты.

Задание 3. На основе выбранного реального объекта создать композицию из стилизованных предметов. Например, в результате стилизации получились следующие варианты:

- орнамент из нескольких объектов;
- изображение с амфорными линиями;
- орнаментальное изображение фрагментов объекта.

Задание 4. На примере стилизации изображения какого-либо животного выразить его характер. Выполнить работу в черно-белой графике. Упростить изображение.

Создание знака на основе шрифтовых элементов.

Задание 5. В Corel Draw создайте логотип. В качестве основы выбрать гарнитуру, подходящую по стилю проектируемого знака. Написать слово, преобразовать в кривые и с помощью инструмента форма изменить форму букв, поменять угол поворота букв, поменять траекторию строки. Применить декоративные эффекты.

Проектирование визитной карточки.

Задание 6. Макет деловой, корпоративной личной визитной карточки. Макет фирменных бланков. Макет фирменных папок. Макет кубариков.

Проектирование буклетов.

Задание 7. Макет буклета с двумя фальцами. Макет буклета с одним фальцем.

Проектирование календарей.

Задание 8. Макет плакатного календаря. Макет квартального календаря. Макет настенного календаря. Макет календаря домика. Макет квартального календаря. Макет календаря пирамидки.

Проектирование плакатов.

Задание 9. Макет учебного плаката. Макет рекламного плаката. Макет театральной афиши. Макет социального плаката.

Проектирование промышленной графики.

Задание 10. Макет этикеток. Макет марок. Макет упаковок.

Задание 11. Проектирование рекламных макетов.

Задание 12. Проектирование электронных страничек, макет сайта.

Проектирование многополосной продукции.

Задание 13. Макет брошюры. Макет каталога.

Примерная тематика курсовых работ (рефератов).

1. История становления и эволюции дизайна (общая характеристика, основные периоды).
2. Связь истории дизайна с историей научно-технического прогресса.
3. Первые западноевропейские теоретики дизайна (2-я пол. XIX – XX в.).
4. Дизайн упаковки (задачи, особенности, современное состояние).
5. Товарный знак как объект дизайн-проектирования и основа корпоративной идентификации.
6. Графический дизайн как средство современной массовой коммуникации (определение, жанровое многообразие).
7. Графический дизайн в России кон. XIX – нач. XX в. (жанры, особенности формообразования. Художественные истоки).
8. Коммерческая реклама эпохи НЭПа. Фотомонтаж. Работы В. Маяковского и А. Родченко.
9. Периодизация истории графического дизайна в России (XVIII–XX вв.).
10. Развитие торгово-промышленной рекламы в Западной Европе 2-й пол. XIX – нач. XX в.
11. Идентификация товаров в России на протяжении XVIII–XX вв. Товарный знак (определение, функции).
12. Компьютерные методы проектирования и исполнения дизайн-графики.
13. Значение дизайна в производственно-экономической сфере деятельности (история и современное состояние).

14. Связь дизайна с культурой общества.
15. Дизайн как эффективный инструмент совершенствования сферы производства и потребления. Эргономическое обеспечение дизайн-проектирования.
16. Основные тенденции в развитии дизайна на рубеже тысячелетий.
17. Дизайн на службе торговли и промышленности (рассмотреть одну или несколько крупных зарубежных фирм, их рекламу и продукцию).
18. Состояние дизайна в Западной Европе послевоенного времени.
19. Дизайн Скандинавии.
20. «Итальянская линия» в дизайне 1960–1980-х гг.

Контрольные вопросы

1. Определение графического дизайна
2. Что является объектом в графическом дизайне?
3. Какие основные задачи решает графический дизайн?
4. Какая связь графического дизайна с архитектурой?
5. В чем заключается специфика художественного творчества в графическом дизайне?
6. Какие вы знаете мировые школы графического дизайна? Назовите основные характеристики.
7. Дизайн упаковки (задачи, особенности, современное состояние?)
8. Какие вы знаете компьютерные методы проектирования и исполнения дизайн-графики?
9. Назовите основные периоды в становлении графического дизайна?
10. Назовите периодизацию истории графического дизайна в России (XVIII–XX вв.).
11. Назовите основные тенденции в развитии дизайна на рубеже тысячелетий.
12. В чем заключается специфика рекламного дизайна?
13. Назовите характерные особенности дизайна визитной карточки.

Программные средства обеспечения освоения дисциплины.

1. Операционная среда сервера Windows 2000 Server.
2. Операционная среда рабочих станций Windows XP Professional, MS Office XP.
3. Пакет векторной графики Corel Draw.
5. Пакет растровой графики Adobe Photoshop.

Литература

1. Большой филологический словарь / под общ. ред. Н.И. Владимца, В.А. Яковса. – М.: Радио и связь, 1988. – 320 с.

2. Гаков В. Прилипалы с родословной // Коммерсантъ Деньги. – 2002. – №46 (401). – 26 ноября.
 3. Глинтерник Э.М. Графический дизайн как художественно-коммуникативная система и средство рекламы. – СПб., 2002 – 136 с.
 4. Глинтерник Э.М. Становление профессионального образования в дизайн графике России (XVIII – нач. XX в.) // Вестник Санкт-Петербургского университета технологии и дизайна – 2002. – №6. – С. 63–76.
 5. Глинтерник Э.М., Романов В.Е. Графический дизайн в России: основные этапы развития и становления профессионально-образовательной системы (XVIII – нач. XX вв) // Вестник Санкт-Петербургского университета технологии и дизайна – 2004. – №10.
 6. Голубая ящерица // Вокруг света. – №3. 1999.
 7. Гросс О., Грыжевский К. Путешествия в мир марок: пер. с польск. Ю.М. Соколова. – М.: Прогресс, 1977. (См.: Начало истории марок.)
 8. Дизайн и проектная наука. Теоретический курс. – М.: МЭГУ, 1997 – 158 с.
 9. Иттен И. Искусство формы: пер. с нем. Л. Монаховой. – М., 2001. – 136 с.
 10. Иттен И. Искусство цвета: пер. с нем. Л. Монаховой. – 2-е изд. – М., 2001. – 96 с.
 11. Кантор К.М. Правда о дизайне. Дизайн в контексте культуры доперестроечного тридцатилетия (1955–1985). История и теория. – М.: АНИР, 1996. – 288 с.
 12. Каталог-справочник отечественных знаков почтовой оплаты. – М., 1990. – С. 104–120. – (Приложение к журн. «Филателия СССР» и «Филателия»: Сб. из 3 т. Т. 1).
 13. Кисин Б.М. Страна Филателия. – М.: Просвещение, 1969. – 240 с.
 14. Кричевский В.Г. Типографика в терминах и образах: в 2 т. – М., 2000. – Т. 1. – 144 с.; Т. 2. – 158 с.
 15. Кудряшов Н. Раритеты и коллекции // Наука и жизнь. – 1998. – №9.
 16. Левитас И. Отечественные марки // Филателия СССР. – 1988. – №5. – С. 14–16.
 17. Луков Вл.А. Знаки и символы молодежи // Знание. Понимание. Умение. – 2005. – №3. – С. 209–211.
 18. Мурина Е. Прикладная графика // Творчество. 1964. №2.
 19. Gerstner K., Kutter M. Die neue Graphik, Basel – [Teufen, 1959].
 20. Neumann E. Functional graphic design in the 20 century. – [N. Y.], 1967.
 21. Обухов Е. Забавная филателия. Приключения Чёрного Пенни // Марка. – 2002. – №2.
- Периодические издания**
22. Соколов-Ремизов С. Н. «Куанцао» – «Дикая скоропись» Чжан Сюя // Сад одного цветка: сб. ст. и эссе. – М., 1991. – С. 167–196.

23. Стальбаум Б.К. Что надо знать филателисту. – М.: ЦФА Союзпечать, 1968. (Проверено 20 окт. 2009).
24. Тонкой Л. Быть посему! // Марка. – 2003. – №2.
25. Тужилин Н. Музей на столе // Мир вокруг тебя. – Симферополь: Крым, 1966. – Гл. 11.
26. Филателистический словарь / сост. О.Я. Басин. – М.: Связь, 1968. – 164 с.
27. Филателистический словарь // Филателия СССР. – 1974. – №4. – С. 23.