

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**Институт общественных наук**

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой политических и  
общественных коммуникаций

Протокол от «23» мая 2018 г.

№10

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.29 История искусства и дизайна**

*(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

по направлению подготовки (специальности)

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

профиль "Диджитал реклама и связи с общественностью"

*бакалавр*

очной формы обучения

*Год обучения - 2019*

Москва, 2018 г.

**Автор-составитель**

Профессор кафедры политических и общественных коммуникаций  
Доктор искусствоведения Шукуров Шариф Мухамадович

Заведующий кафедрой  
политических и общественных  
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликио

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
  - 6.1. Основная литература
  - 6.2. Дополнительная литература
  - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
  - 6.4. Нормативные правовые документы
  - 6.5. Интернет-ресурсы
  - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.О.29 История искусства и дизайна обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС– 6	Способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	2 этап (код этапа – УК ОС-6.2)	Способность эффективно применять методы самоорганизации и саморазвития с учетом приоритетных задач.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
2 этап (код этапа – УК ОС-6.2)	на уровне знаний: • концепция образования в течение всей жизни (lifelong leaning): системный взгляд; • целеполагание как процесс осмысления своей деятельности (в т.ч. учебной), постановки целей и их достижения;
	на уровне умений: • формировать программу профессионального саморазвития; • использовать открытые обучающие программы;
	на уровне навыков: •использования инструментов планирования времени; • постановки целей и задач; • эффективного обучения;

## 2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

1) Б1.Б.29 История искусства и дизайн, 1 курс, 1, 2 семестр , 144 ЗЕТ

2)Изучение дисциплины осуществляется в течение двух семестров: для студентов очной формы обучения – в 1 и 2 семестрах. Содержание данного курса Б1.Б.29 профессионально ориентированно с учётом профиля подготовки выпускников Института общественных наук и содействует реализации задач в профессиональной деятельности. «История искусства и дизайн» является комплексным курсом, включающим в себя философские, эстетические, культурологические и исторические аспекты материальной и визуальной культуры общества, частью которой является графический дизайн.

Для полного усвоения дисциплины студент должен опираться на приобретенные ранее умения и навыки такие как, например, способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

3)Контактная работа с преподавателем – 70, СРС - 74 часов

4) По дисциплине осуществляется текущий контроль на дневном обучении и итоговый контроль в форме зачета (2 семестр) и в форме оценки по рейтингу (1 семестр).

### 3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ *	ЛР/ ЭО, ДОТ *	ПЗ/ ЭО, ДОТ *	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Становление графического дизайна	15			7		8	О
Тема 2	Модерн, как стиль, повлиявший на формирование журнального облика	15			7		8	О
Тема 3	Афиши, рекламные плакаты художников эпохи модерна	15			7		8	К
Тема 4	Американская школа дизайна XX века. Художественно- стилевые особенности журнальной дизайн-графики на рубеже XIX – XX веков.	15			7		8	К
Тема 5	«Doyle Dane Bernbach» и «Push Pin Studios». Новые подходы в рекламных агенств.	14			7		7	О

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ *	ЛР/ ЭО, ДОТ *	ПЗ/ ЭО, ДОТ *	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 6	Арт-директор в журналах США: У истоков профессии  (Т. Клиленд, д-р М.Ф. Ага, А. Бродович)	14			7		7	К
Тема 7	Журнал как основной инструмент развития и совершенствования графического дизайна	14			7		7	Р
Тема 8	Графический язык Пола Рэнда	14			7		7	К
Тема 9	Инновационная типографика Герба Любалина	14			7		7	К
Тема 10	Взаимозависимость журнальных концепций и графического дизайна. Коренные изменения в 70-е гг. XX века.	14			7		7	Р
Промежуточная аттестация								Зачет / Оценка по рейтингу
Всего:		144			70		74	

## Содержание дисциплины

### **Тема 1. Становление графического дизайна**

Познакомить с основными этапами зарождения, развития и становления искусства дизайна в 20в.

### **Тема 2. Модерн, как стиль, повлиявший на формирование журнального облика**

Знакомство с разнообразием направлений и стилей в искусстве современного дизайна. Определение стиля и техники различных видов прикладных искусств на основании знания традиций культурно-исторической эпохи с применением методов историко-искусствоведческого анализа и обращением к подлинным памятникам.

### **Тема 3. Афиши, рекламные плакаты художников эпохи модерна**

Знакомство с мастерами модерна. Разбор их работ и анализ влияния данного направления на развитие дизайна

### **Тема 4. Американская школа дизайна XX века. Художественно-стилевые особенности журнальной дизайн-графики на рубеже XIX – XX веков.**

Зарождение нового направления в искусстве массовых коммуникаций. Особенности становления.

### **Тема 5. «Doyle Dane Bernbach» и «Push Pin Studios». Новые подходы в рекламных агентствах.**

Крупные рекламные агентства. Взаимосвязь рекламы и искусства. Новые имена в дизайне. Новые подходы в подаче сообщений.

### **Тема 6. Арт-директор в журналах США: У истоков профессии (Т. Клиленд, д-р М.Ф. Ага, А. Бродович)**

Основополагающее значение журнала для развития графического дизайна в XX веке. Роль арт-директора. Новые методы и подходы к созданию современного дизайна журнала.

### **Тема 7. Журнал как основной инструмент развития и совершенствования графического дизайна.**

Взаимосвязь творческих экспериментов и развития современных направлений дизайна. Печатная реклама, дизайна обложек. Логотипы. «Esquire»: Генри Вульф, Милтон Глейзер, Джорж Лойс.

### **Тема 8. Графический язык Пола Рэнда**

Творчество Пола Рэнда. Разбор работ мастера.

### **Тема 9. Инновационная типографика Герба Любалина**

Революционные подходы в журнальном дизайне. Шрифт как отдельный смысловой образ.

## **Тема 10. Взаимозависимость журнальных концепций и графического дизайна.**

### **Коренные изменения в 70-е гг. XX века.**

Закат «золотого века» журнального дизайна. Изменения форматов. Массовость и дробление на субкультуры. Возникновение новых медиа. конкуренция по всему спектру журнальных изданий.

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

#### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.**

##### **4.1.1. В ходе реализации дисциплины (*История искусства и дизайна*) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

– при проведении занятий лекционного типа:

Занятия лекционного типа не предусмотрены.

– при проведении занятий семинарского типа:

Практические занятия проводятся в виде дискуссий, семинаров, группового проектного обучения.

##### **4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости**

##### **Работа студента в групповом или индивидуальном порядке:**

##### ***Работа студента в разработке групповых и индивидуальных проектов.***

Работа студента в разработке группового или индивидуального проекта предполагает выполнение творческих работ, направленных на достижение поставленной преподавателем цели.

Работа студента в групповой работе предполагает:

- определение студентом зоны (сферы) работ в рамках группового проекта;
- разработку технического задания на проведение работы;
- постоянную взаимосвязь с другими участниками группы в целях достижения согласия и выполнения работы.

##### **Типовые вопросы для опросов и дискуссий:**

1. Графический дизайн и реклама в эпоху ар-деко
2. Развитие рекламы в 1940-50-е гг. «Золотое десятилетие» американской рекламы.
3. Графический дизайн и реклама 1960-х гг. Поп-арт в графическом дизайне.
4. Графический дизайн и реклама 1970-80-х гг. «Эра позиционирования» Э. Райса и Дж. Траута.
5. Постмодернизм в графическом дизайне. Особенности графического дизайна информационного общества
6. Графический дизайн и реклама 1990-х гг. Культовые журналы.
7. Конструктивизм во французском плакате 20-30-х годов 20 века: Лупо, Кассандр, Кулон.
8. Европейский социально-политический плакат.
9. Витрина как новшество в ландшафте европейских городов: новые промышленные технологии на службе торговли.



10. Германия: от искусства витринной компоновки к технологиям фирменного стиля в дизайне витрин. Развитие бизнес-индустрии в сфере изготовления витрин.
11. Развитие форм передвижной наружной рекламы в Англии: от "сэндвичей" до рекламных щитов на общественном городском транспорте и рекламы на тротуарах.
12. Формирование системы стационарных конструкций наружной рекламы во Франции: муниципальные стенды, афишные тумбы, витрины газетных киосков.
- Французские эксперименты с размещением рекламы на нетрадиционных носителях.
13. Выставка как общеевропейский рекламный жанр.
14. Революция в упаковке в начале XX века
15. Школа рациональной рекламы агентства Lord & Tomas; творчество Джона Кеннеди, Альберта Ласкера, Клода Хопкинса.
16. Школы "атмосферной рекламы": творчество Рэймонда Рубикэма и Теодора Макмануса.
17. Первые шаги наружной рекламы: щитовая реклама крема для бритья "Burma –Shave".
18. Социокультурная ситуация в США 1950-60-х и рекламные стратегии: Процветание 50 -х- середины 60-х и новые маркетинговые стратегии
19. Социокультурная ситуация в США 1970 -х и рекламные стратегии: Кризис 70-х и творческая революция в социуме и в рекламе.
20. Рекламные стратегии 1960-х: 1). Двухэлементная стратегия новизны и "запланированное устаревание"; 2). Скрытые желания.
21. Творческая школа Билла Бернбаха - революционера рекламного рынка США 1970-х.
22. Фактор влияния "зеленых концепций" США на европейскую общественность и "зеленый бум" в Европе 1970 - 1980-х.

#### Показатели, критерии и оценивание компетенций по этапам их формирования

Наименование темы (раздела)	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
Становление графического дизайна	Опрос по теме	Ориентироваться в основных концепциях формообразования современного дизайна;  анализировать вопросы межкультурной коммуникации и взаимодействия культур	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с контрольно- измерительным материалом
Модерн, как стиль, повлиявший на формирование	Обсуждение темы	Определять роль и значение дизайна в культуре и	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с

журнального облика		искусстве;	контрольно-измерительным материалом
Афиши, рекламные плакаты художников эпохи модерна	Коллоквиум и подготовка презентации мастеров модерна	Сбора, систематизации и объективного анализ представляемой информации;  распознавания стилей и «подчерка» ведущих мастеров;  умение анализировать вопросы межкультурной коммуникации и взаимодействия культур	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с контрольно-измерительным материалом
Американская школа дизайна XX века. Художественно-стилевые особенности журнальной дизайн-графики на рубеже XIX – XX веков.	Обсуждение темы	Правильно определять и выявлять концепций и методы, оказавшие влияние на развитие коммерческой рекламы в США в конце XIX – начале XX вв.;  сбор, систематизации и объективного анализ представляемой информации;  системной подготовки материалов в рамках учебного курса;	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с контрольно-измерительным материалом

		анализ вопросов межкультурной коммуникации и взаимодействия культур	
«Doyle Dane Bernbach» и «Push Pin Studios». Новые подходы в рекламных агентствах.	Опрос, обсуждение	Осмыслить концепции современного дизайна как эстетической деятельности по проектированию вещей и их культурных смыслов;	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с контрольно-измерительным материалом
Арт-директор в журналах США: У истоков профессии (Т. Клиленд, д-р М.Ф. Ага, А. Бродович)	Коллоквиум	Анализировать вопросы межкультурной коммуникации и взаимодействия культур	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с контрольно-измерительным материалом
Журнал как основной инструмент развития и совершенствования графического дизайна. «Esquire»: Генри Вульф, Милтон Глейзер, Джорж Лойс.	Реферат	Определять стиль и технику различных на основании знания традиций культурно-исторической эпохи с применением методов историко-искусствоведческого анализа;  работать с учебной, научной, научно-популярной литературой по вопросам теории, истории становления журнального	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с контрольно-измерительным материалом

		дизайна	
Графический язык Пола Рэнда	Коллоквиум	Умение отличать разные графические языки	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с контрольно- измерительным материалом
Инновационная типографика Герба Любалина	Коллоквиум	Умение отличать разные графические языки	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с контрольно- измерительным материалом
Взаимозависимость журнальных концепций и графического дизайна. Коренные изменения в 70-е гг. XX века.	Коллоквиум	анализировать вопросы межкультурной коммуникации и взаимодействия культур;  сбор, систематизации и объективного анализ представляемой информации.	Взаимооценка\оценка преподавателя в соответствии с контрольно- измерительным материалом

## 4.2. Промежуточная аттестация

### 4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС– 6	Способность выстраивать и реализовывать	2 этап (код этапа – УК ОС-6.2)	Способность эффективно применять методы самоорганизации и

	траекторию саморазвития  на основе принципов образования в течение всей жизни		саморазвития с учетом приоритетных задач.
--	---	--	---

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
2 этап (код этапа – УК ОС-6.2)	<p><b>Деятельностный – качество использования методов самоорганизации и саморазвития:</b></p> <p>Определяет и применяет методы (тайм-менеджмент, выработка привычек, самомотивация, «круг общения» и др.) самоорганизации и саморазвития.</p>	Осуществлена критическая оценка эффективности использованных методов самоорганизации и саморазвития (времени и других ресурсов) при решении поставленных задач и относительно полученного результата.

#### 4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета и оценки по рейтингу в виде ответа на вопрос

#### 4.2.3. Типовые оценочные средства

1. Знаки авторства. Знаки собственности.
2. Реклама в античном обществе Виды вывесок и их роль в жизни античного города.
3. Варианты письменной рекламы: римская протогазета, альбум, граффити.
4. Основные направления античной рекламы.
5. Реклама в эпоху Средневековья
6. Реклама Нового времени в Европе и Североамериканских колониях
7. Печатные афиши. Типографские эмблемы и экслибрисы.
8. Североамериканская реклама колониального периода.
9. Новые формы печатного рекламирования в американской рекламе XIX века
10. Малые формы рекламирования на местах продаж. Этикетка.
11. Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке
12. Реклама Англии. Новации в рекламе. Подвижные рекламные приспособления.
13. Специализация рекламы в английской прессе и начало иллюстрированной газетно-журнальной рекламы в XIX веке.
14. Реклама Франции. плакат в XIX веке.
15. Реклама Германии в XIX веке.
16. Развитие жанра витрины.
17. Специфика творческого стиля Ж. Шере.

19. Афиша в творчестве А. Тулуз-Лотрека.
20. Торговая и зрелищная реклама Т. Стейнлена.
21. А. Муха – родоначальник стиля модерн. Разнообразие рекламного творчества мастера: афиша, плакат, упаковка.
22. П. Беренс – создатель первого в мире фирменного стиля
23. . Гении рекламы в США: Лео Барнетт (1891-1971), Дэвид Огилви (1911-1999),
24. Билл Бернбах (1911-1982) и др.
25. Энди Уорхол.
26. Швейцарский международный стиль. Ян Чихольд, Герберт Байер, Иоханес
27. Иттен. Их вклад в типографику.
28. Мастера советского плаката
29. Лубочные традиции в российской рекламе
30. Начало печатной рекламы в России. Рекламные летучие листки.
31. Реклама в российских газетах XVIII века. Дополнение.
32. Афиша и вывеска в XIX – начале XX веков. Разновидности афиш. Варианты российских вывесок.
33. Малые изобразительные формы рекламы в России. Рекламная открытка.
34. Этикетки и фантики.
35. Мастера русского рекламного плаката.
36. Фотореклама в России.
37. Рекламная символика

#### Шкала оценивания.

Оценивание студента на зачете с оценкой по дисциплине «История Искусства и Дизайна»:

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

#### 4.4. Методические материалы

##### Основные критерии для оценки самостоятельной работы студентов:

- Ориентироваться в основных концепциях формообразования современного дизайна;
- Анализировать вопросы межкультурной коммуникации и взаимодействия культур
- Определять роль и значение дизайна в культуре и искусстве;
- Сбор, систематизации и объективного анализ представляемой информации;

- Распознавания стилей и «подчерка» ведущих мастеров;
- Правильно определять и выявлять концепций и методы, оказавшие влияние на развитие коммерческой рекламы в США в конце XIX – начале XX вв.;
- Осмыслить концепции современного дизайна как эстетической деятельности по проектированию вещей и их культурных смыслов;
- Определять стиль и технику различных на основании знания традиций культурно-исторической эпохи с применением методов историко-искусствоведческого анализа;
- Работа с учебной, научной, научно-популярной литературой по вопросам теории, истории становления журнального дизайна
- Умение отличать разные графические языки

## 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «История искусства и дизайн» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практических) и самостоятельной работы студентов. Практические занятия дисциплины «История искусства и дизайн» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления аналитического потенциала, полученных навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к практическим занятиям, поскольку они являются важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- знакомят с основными направлениями журнального дизайна;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.
- организации обучения.

Подготовка к зачету (экзамену). К экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами практических занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем экзаменационных вопросов.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

## 2. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 2.1. Основная литература.

Таблица 2.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1.	Акимова Л.И., Бусева-Давыдова И.Л., Виноградова Н.А., Григорьевич Н.Е., Кантор А.М., Каптерев Т.П., Стародуб Т.Х.	История искусства. Том I	Белый город	2012	Да	<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/50155">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/50155</a>
2.	Бусева-Давыдова И.Л., Воронина Т.С., Золотова Н.Ю., Кантор А.М., Каптерев Т.П., Соколов М.Н., Стародуб Т.Х., Стародубова В.В., Федотова Е.Д.	История искусства. Том II	Белый город	2013	Да	<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/51414">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/51414</a>

## 2.2.Дополнительная литература.

Таблица 3.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
-------	--------------------	------------------	--------------	-------------	------------------------------	--------------------------------------



1.	Глазычев В.	Дизайн как он есть	Европа	2007	Да	<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/11619">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/11619</a>
2.	Курушин В.Д.	Графический дизайн в рекламе	ДМК Пресс	2008	да	<a href="http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7809">http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7809</a>

### 2.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. *Стиль модерн. Истоки зарождения.*
2. *Мастера модерна.*
3. *Стиль Ар Деко. Стилевые особенности.*
4. *Афиши начала XX века.*
5. *Американская обложка начала XX века.*
6. *Доул Дейн Бернбах – новые подходы в рекламе.*
7. *Клиленд, Э. Трейси,*
8. *Журнал «People»*
9. *Джорж Лойс и журнал «Esquire»*
10. *Пол Рэнд. Журнал «Direction»*
11. *Александр Либерман. Журнал «Vogue»*
12. *8Журнал «Playboy»*
13. *Журнал «The New Yorker»*
14. *Журнал «Interview»*
15. *Журнал «Cosmopolitan»*
16. *Журнал «Newsweek»*
17. *Журнал «BusinessWeek»*
18. *Журнал «Time»*
19. *Журнал «Life»*
20. *Журнал «Vogue»*
21. *Журнал «Rolling Stone»*
22. *Журнал «National Geographic»*
23. *Журнал «Ladies's Home Journal»*
24. *Журнал «Reader's Digest»*
25. *Журнал «Ramparts»*
26. *Журнал «The Saturday Evening Post»*
27. *Журнал «Forebs»*
28. *Журнал «Vanity Fair»*
29. *Журнал McCall's Magazine.*
30. *Сине Пинелес Журнал «Seventeens», «Charm»*
31. *Ричард Аведон*
32. *Уильям Херст*
33. *Condé Montrose Nast*

### 2.4. Нормативные правовые документы.

### 6.5. Интернет-ресурсы.

1. <http://www.library.rit.edu/gda/designers>
2. <http://www.adcglobal.org/>

3. <http://www.aiga.org>
4. <http://warymeyers.blogspot.ru/2011/06/charles-eames-kites-from-alexey.html>

#### 6.6. Иные источники.

### **3. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине «История искусства и Дизайн» Академия располагает следующей материально-технической базой:

- лекционными аудиториями, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- помещениями для проведения практических занятий, оборудованными учебной мебелью;
- компьютерными классами.

