

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА»

ФИЛИАЛ МГУ В Г. ГРОЗНОМ

УТВЕРЖДАЮ  
Заместитель директора  
Филиала – руководитель  
образовательных программ  
А.С. Воронцов



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Наименование дисциплины:

**Индустрия дизайна**

---

Уровень высшего образования:

**Бакалавриат**

---

Направление подготовки

**42.03.05 Медиакоммуникации**

---

Направленность (профиль)/специализация образовательной программы

**Общий**

---

Форма обучения

**Очная**

---

Москва 2025

Рабочая программа дисциплины разработана и утверждена в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом, утвержденным приказом МГУ от 29 декабря 2018 года № 1775 (в редакции приказов МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109, от 10 июня 2021 года № 609, от 29 мая 2023 года № 700, 702, 703) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации».

## **1. Цели освоения учебной дисциплины**

Целью освоения учебной дисциплины «Индустрия дизайна» является формирование у студентов представления о специфике дизайна как творческой индустрии, истории его профессионального становления и развития, основных концепциях, школах и организационных формах реализации, месте дизайна в системе медиакommunikаций.

## **2. Место учебной дисциплины в структуре ООП**

Дисциплина «Индустрия дизайна» относится к вариативной части ООП (блоку «Культурные индустрии») и изучается в 8 семестре. Она базируется на комплексе разносторонних знаний о функционировании современных медиа, полученных студентами в процессе изучения предшествующих дисциплин базовой части ООП - «Российские и зарубежные цифровые медиа», «История цифровых технологий», «Экранные искусства», «Медиаэкономика», «Медиаменеджмент» и «Медиамаркетинг». Эффективное изучение дисциплины «Индустрия дизайна» также требует общеэкономической подготовки, полученной студентами в рамках дисциплины «Экономика». Знания, полученные в результате освоения дисциплины «Индустрия дизайна», корреспондируются с материалом предшествующих и последующих дисциплин блока «Культурные индустрии», а также других дисциплин вариативной части ОПОП (специальные курсы, специальные семинары, межкафедральные курсы), связанных с экономическими аспектами деятельности медиа.

## **3. Требования к результатам освоения учебной дисциплины**

Процесс изучения учебной дисциплины «Индустрия дизайна» направлен на формирование следующих компетенций по ОС МГУ:

- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (**УК-11**);
- Способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (**ОПК-3**);
- Способен распространять общечеловеческие ценности с помощью мультимедийного контента (**ПК-7**).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:

### **Знать:**

- специфику индустрии дизайна как сегмента культурных индустрий;
- научно-теоретические платформы в изучении индустрии дизайна, основные этапы ее развития и современные тенденции; понимать принципы формирования визуального языка медиа различного типа и платформ;
- алгоритмы причинно-следственных отношений масс-медиа и индустрия дизайна.

### **Уметь:**

- анализировать процессы и объекты индустрии дизайна с научно-теоретических платформ;
- ориентироваться в актуальных трендах и тенденциях индустрии дизайна;
- использовать полученные знания в практической деятельности;
- создавать медиатексты аналитического характера, связанные с индустрией дизайна, для различных типов медиа.

### **Владеть:**

- понятийным аппаратом индустрии дизайна;

- навыками аналитической работы с научными и медиа-источниками, связанными с индустрией дизайна;
- знаниями о различных отраслях индустрии дизайна (медиадизайн, арт-дизайн, дизайн рекламы, визуализация данных и т.д.).

#### 4. Структура и содержание учебной дисциплины

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Из них: 18 часов – аудиторная нагрузка, 54 часа – самостоятельная работа студентов.

##### 4.1. Структура учебной дисциплины

№ п/п	Тема	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
				Лекции/семинары	СРС	
1	Формирование и развитие индустрии дизайна	8	1-2	4	12	Проверочное задание
2	Современная индустрия дизайна как бизнес-система. Типология индустрии	8	3-4	4	12	Проверочное задание
3	Художественный контекст, глобализация и развитие медиа в формировании современной индустрии дизайна	8	5-6	4	12	Проверочное задание
4	Индустрия дизайна в условиях дигитализации и конвергенции	8	7-9	6	18	Проверочное задание
				18	54	Зачет

## 4.2. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Наименование темы	Содержание
1	Формирование и развитие индустрии дизайна	<p>Основные концепции возникновения индустрии дизайна (ИД). Исторические, экономические и технологические предпосылки возникновения индустрии дизайна. Социально-экономические условия возникновения индустрии дизайна. Изменения экономической и социальной ситуации в Европе в XIX веке как предпосылка профессионального становления дизайна и рекламы. Специфика возникновения и развития дизайна в России. Графический дизайн как особый вид художественной деятельности. Его основные функции: идентификация, информация и инструктирование, презентация и продвижение. Функции ИД. Основные этапы развития ИД: промышленный, дизайн межпредметных связей, процессуально-деятельностей, художественное проектирование, художественное программирование, метадизайн человека.</p>
2	Особенности развития российского сегмента индустрии дизайна	<p>Возникновение и особенности развития индустрии дизайна в России. Становление основных форм дизайн-деятельности (стафф-дизайн, независимый дизайн), возникновение первых дизайн-бюро. Место дизайна в системе культуры. Его взаимосвязь с различными видами художественной деятельности, с одной стороны, и с техническим прогрессом, с другой. Динамика соотношений функциональности и эстетической выразительности в зависимости от специфики проектируемого объекта. Изменение роли дизайна в постсоветский период. Типологическая матрица современных видов дизайна. Медиадизайн как визуальный язык СМИ.</p>
3	Художественный контекст, глобализация и развитие медиа в формировании современной индустрии дизайна	<p>Национальные школы и бизнес-модели индустрии дизайна. Создание института арт-директоров как новый этап в развитии ИД. Художественные концепции и школы дизайна. Специфика дизайна медиа: дизайн рекламы, дизайн СМИ, дизайн в театре и кинематографе, дизайн книги и др. Визуализация медиа как глобальный тренд. Международные дизайн-бюро. Успешные проекты дизайн-деятельности на российском медиарынке. Онлайн-проекты и новые медиа как объекты дизайна. Развитие игровой индустрии как нового сегмента ИД.</p>

4	Индустрия дизайна в условиях дигитализации и конвергенции	Качественные и количественные изменения индустрии дизайна в условиях конвергентных медиа. Цифровые технологии как основной тренд развития ИД. Облачные сервисы. Сетевой дизайн. Экстраполяция профессиональных компетенций и технологизация деятельности.
---	---	---

### **5. Рекомендуемые образовательные технологии**

Основные формы обучения студентов в рамках учебной дисциплины «Индустрия дизайна» - лекционные занятия и самостоятельная работа студентов. Интерактивная форма обучения используется, прежде всего, посредством группового разбора конкретных кейсов на занятиях (кейсовый метод). Интенсивно используется практика приглашения экспертов: арт-директоров, креативных директоров, дизайнеров и иллюстраторов, специалистов по работе социальных медиа.

### **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины**

Итоговой формой текущего контроля успеваемости учащихся на дисциплине «Индустрия дизайна» является письменная работа, выполняемая студентами во время самостоятельной работы. Важным средством текущего контроля успеваемости является подготовка докладов, представляемых студентами на семинарах, а также участие в обсуждении докладов и работе дискуссионных групп.

#### *Примерная тематика проверочных заданий:*

1. Роль медиа в современной индустрии дизайна.
2. Основные концепции возникновения индустрии дизайна.
3. Специфика возникновения и развития дизайна в России.
4. Основные этапы развития индустрии дизайна.
5. Соотношение утилитарного и эстетического в различных сферах индустрии дизайна.
6. Специфика дизайна игр.
7. Влияние развития телеиндустрии на дизайн.
8. Первый проект корпоративной идентификации.
9. Дизайн как коммерческая сила.
10. Практика и перспективы краудсорсинга в музыкальной индустрии.
11. Успешные дизайн-студии и их влияние на дальнейшее развитие дизайна... (Страна, название).
12. Социальные медиа как платформы для продвижения новых направлений индустрии дизайна.
13. Развитие отделов дизайна в медиа.
14. Монетизация дизайна медиа.
15. Трансформация модели дизайн-деятельности в цифровую эпоху.
16. Влияние цифровых технологий на развитие структуры индустрии дизайна.

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины**

### *а) основная литература:*

1. Аронов В. Дизайн в культуре XX века. 1945-1990. – М., 2013.
2. Волкова В.В. Специфика медиадизайна // Вестник МГУ, Серия – 10. Журналистика. – М.: Ф-т журн. МГУ. – 2014. – №4.
3. Волкова В.В. Кроссмедийность как фактор развития визуального языка // Медиалингвистика. Вып. 6. Язык в координатах массмедиа: мат-лы. II Междунар. науч.-практ. конф. (2–6 июля 2017 г Санкт-Петербург, Россия), С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций». СПб: 2017, с. 29-31.
4. Волкова В.В. Поликодовость СМИ как условие развития медиадизайна // Дизайн СМИ: тренды XXI века. Материалы V Международной научно-практической конференции 25-26 ноября 2016 г, место издания Факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова М факультет журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, М.: 2016, с. 28-32.
5. Воронов Н. В. Суть дизайна. 56 тезисов русской версии понимания дизайна. – М., 2002.
6. Дизайн периодических изданий / Уч. пособие. под ред. В.В. Волковой. М., 2014.
7. Жердев Е.В. Метафорическая образность в дизайне. М., 2004.
8. Лаврентьев А.Н. История дизайна. – М., 2007.
9. Назаров Ю.В. Постсоветский дизайн (1987–2000). Проблемы, тенденции, перспективы, региональные особенности. —М., 2002.
10. Папенек В. Дизайн для реального мира. Пер. с англ. М., 2012.

### *б) дополнительная литература (по выбору):*

1. Волкова В.В. Поликодовый текст в экранной ситуации // Медиа в современном мире. Материалы 56-го международного форума (13–14 апреля 2017 года), серия Век информации, издательство Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций (Санкт-Петербург), том 2. – СПб., 2017.
2. Жердев Е.В. Художественное осмысление объекта дизайна. М., 1993.
3. Мунари Бруно. Искусство как ремесло. Пер. с итал. – М., 2014.
4. What Next? Future Strategy for UK Product Design Consultancies by Jea Hoo Na and John Boulton. DMJ. Volume 5. Number 1. 2010.

### *в) программное обеспечение и избранные Интернет-ресурсы:*

Текстовый редактор, сервисы для просмотра и работы с видео.

## **8. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины**

Для освоения дисциплины требуется свободный доступ к сети Интернет, а также:

А. Помещения: аудитория для проведения лекционных занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации;

Б. Оборудование: наборы ученической мебели, рабочее место преподавателя, ученическая доска, компьютер, проектор, экран, доска интерактивная.

### **Разработчики:**

Доцент Волкова В.В., факультет журналистики МГУ.