МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ

ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ

«КОЛЛЕДЖ ЛУГАНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АКАДЕМИИ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМ. М. МАТУСОВСКОГО»

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ ДИЗАЙНА**

**Программа**

**нормативной учебной дисциплины**

**подготовки «Младший специалист»**

**направления 0202 «Искусство»**

**специальности 5.02020501 «Изобразительное искусство»**

**специализации «Художественный фотопортрет»**

**ВВЕДЕНИЕ**

Программа изучения нормативной учебной дисциплины **«Компьютерная графика»** составлена в соответствии с образовательно-профессиональной программы подготовки младшего специалиста специальности **5.02020501 «Изобразительное искусство »,** специализации **«Художественный фотопортрет».**

**Предметом** изучения учебной дисциплины является – приобретение теоретических и практических основ художественно-конструктивного оформления и макетирования.

**Междисциплинарные связи:** при подготовке учебной программы учтен принцип комплексного изучения студентами специальных предметов, который предусматривает овладение рядом с предметом "Основы теории дизайна" такими дисциплинами как полиграфия, рисунок, живопись, композиция, цветоведение, компьютерная графика.

**1. Цели и задачи учебной дисциплины**

1.1. Целью преподавания учебной дисциплины **«Основы теории дизайна»** является: формирование у студентов знаний, умений и навыков в области теории основ дизайна, ориентированных на практическое применение, необходимого для специальной подготовки и будущей профессиональной деятельности.

1.2. Основными задачами изучения дисциплины **«Основы теории дизайна»** является: формирование у студентов представления о роли художника, как коммуникатора в современном обществе;

* + Освоение теоретичных основ создания цифровых изображений, освоение практических навыков роботы с определенным кругом прикладных графических программ;
  + Обучение дизайнерским методам познания, помогающим развить конструктивное, проектное и творческое мышление;
  + Обучение анализу средств выразительности, используемых художниками, дизайнерами для создания художественного образа;
  + Формирование эстетического вкуса студентов посредством практического изучения современной проектной культуры;
  + Формирование потребности знать актуальные тенденции развития дизайна, посредством использования глобальной информационной сети и печатных изданий;
  + Развитие навыков проектного мышления, а также способности вести индивидуальный творческий проект;
  + Развитие умения адекватно оценивать свой продукт деятельности;
  + Освоение базовых знаний промышленных технологий, связанных с визуализацией;
  + Формирование определенной технической культуры в художественной среде, развитие практических навыков анализа созданного проекта, выбора технологий, программных продуктов, способов, что обеспечат выполнение проекта в полном объеме;
  + Формирование представления роли художника-коммуникатора в современном обществе.

1.3. Согласно требованиям образовательно-профессиональной программы студенты должны:

**знать:**

* Причины формирования и ключевые этапы развития дизайна;
* Цели и ценности дизайна;
* Виды дизайна;
* Значение компьютерных технологий в дизайн проектировании;
* Интерфейс и инструментарий современных графических редакторов предназначенных для выполнения проектов;
* Современное состояние и тенденции развития дизайна;
* Этапы и последовательность выполнения дизайн-проекта:
* Теоретические основы создания цифровых изображений;
* Основы промышленных технологий, которые связаны с визуализацией изображений.

**уметь:**

* Ориентироваться в истории дизайна;
* Применять методы дизайн проектирования для создания собственной концепции проекта;
* Создавать и редактировать элементарные растровые и векторные изображения;
* Создавать проект - дизайн-событие в соответствии с указанной тематикой;
* Создавать отдельные компоненты дизайн-проекта (презентация, плакат, планшет) средствами компьютерных программ;
* Осуществлять предпечатную подготовку дизайн-проекта;
* Анализировать задачи, которые требуют создания, художественной обработки или редактирования с помощью компьютера, принимать решения для выбора технологий и техники исполнения.

На изучение учебной дисциплины отводится **72** часа / **2,0** кредита ECTS.

**2. Структура учебной дисциплин**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тема раздела | Количество часов | | | | | | | | | | | | | | |
| Дневная форма | | | | | | | | | Заочная форма | | | | | |
| всего | | в том числе | | | | | | |  | в том числе | | | | |
| лекции | | Семинарские занятия | | Практические занятия | Индивидуальные занятия | Самостоятельная работа | всего | лекции | Семинарские занятия | Практические занятия | Индивидуальные занятия | Самостоятельная работа |
| *1* | *2* | | *3* | | *4* | | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | *11* | *12* | *13* |
| **4 курс 7 семестр** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 1.** Вводная лекция. История развития дизайна. | | 2 | |  | |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Тема 2.** Зрительное восприятие формы и пространства. | | 4 | |  | |  | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Тема 3.** Искусство цвета. | | 4 | |  | |  | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Тема 4.** Композиция в дизайне. | | 6 | |  | |  | 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Тема 5.** Типографический дизайн. | | 26 | |  | |  | 6 |  | 20 |  |  |  |  |  |  |
| **Тема 6.** Визуальные средства рекламы. | | 30 | |  | |  | 10 |  | 20 |  |  |  |  |  |  |
| **Всего часов** | | **72** | |  | |  | **32** |  | **40** |  |  |  |  |  |  |

**3. Информационный объем учебной дисциплины**

*(4 курс 7 семестр)*

**Тема 1. Вводная лекция. История развития дизайна.**

Специалисты в области графического дизайна очень востребованы в наши дни. Во многом это связано с развитием рекламы. Объем заказов на разра­ботку рекламных материалов растет, а лучшие знаки, экслибрисы, плакаты, открытки можно смело назвать произведениями искусства.

Существуют определенные средства выразительности, широко известные приемы, используемые художниками с древнейших времен до наших дней. Вместе с тем, человек постоянно ищет новые возможности, чтобы раскрыть свой внутренний мир, передать чувства, эмоции. Далеко не последнюю роль в этих поисках играют новые технологии, материалы, инструменты.

С помощью каменных орудий первобытные люди строили жилища и охоти­лись, но ими же высекали рисунки на скалах и стенах пещер. Ткачество по­зволило создавать не только одежду, защищающую от холода, но и декора­тивные гобелены. Открытие древними римлянами бетона удешевило строительство и привело к появлению новых форм в архитектуре — куполов и арок. Изобретение бумаги и книгопечатание сделали накопленные веками знания доступными для всех, стало возможным тиражирование художест­венной продукции.

В двадцатом веке человек придумал компьютер, который с успехом исполь­зуется во всех областях жизни, в том числе и в художественном творчестве.

**Тема 2. Зрительное восприятие формы и пространства.**

Компьютер позволяет быстро трансформировать геометрию объекта, подоб­рать цвет, выполнить сложные графические построения, имитировать раз­личные визуальные эффекты, анимировать изображение.

Основную часть информации о внешнем мире человек воспринимает при помощи зрения. Для большинства людей именно зрительные образы опреде­ляют мир, в котором они живут.

*1.Свойства зрительного восприятия.*

Окружающая среда воздействует на человека. Звуковая, визуальная, тактиль­ная, обонятельная, вербальная информация непрерывно поступает в мозг.

Основную часть информации о внешнем мире человек воспринимает при помощи зрения. Для большинства людей именно зрительные образы опреде­ляют мир, в котором они живут.

2.Иллюзорность — обманчивость зрительного восприятия. Причина оптической иллюзии лежит как в физических свойствах предмета, так и в особенностях механизма зрения, и является следствием несовершен­ства органов чувств. Оптические иллюзии закономерны и объективны.

*3.Перспектива.*

Изменение формы объекта в пространстве — одна из наиболее ярких зри­тельных иллюзий. Всем известно, что одинаковые фигуры по мере удале­ния от зрителя воспринимаются неодинаковыми. Параллельные прямые кажутся непараллельными, сходящимися в одной точке (точке схода), а непараллельные — параллельными, окружности выглядят эллипсами.

Такие свойства зрительного восприятия называют перспективными искаже­ниями. Существует объективная закономерность перспективного видения.

4.*Тени.*

Игра света и тени, оказывая решающее влияние на восприятие, усиливает объемно-пространственную композицию и эффект перспективы. Построение теней на графических изображениях обеспечивает большую наглядность, уси­ливает объемно-пространственное восприятие, подчеркивает рельефность и эффект перспективы.

*5.Ассоциативность и образность.*

Ассоциативность устанавливает связи между отдельными представлениями, вследствие чего одно из них вызывает другое, третье.

Образность — основанная на ассоциативности способность сознания возбу­ждать художественные образы.

*6.Выразительность графических средств.*

Эмоциональное восприятие основных элементов графики — точки, линии, пятна.

Разные типы линий вызывают различные, вполне определенные, чувства и ассоциации. Форма линий, их направление, изменение толщины — все это определяет выразительность рисунка.

Современные компьютерные программы, в частности, CorelDRAW, позво­ляют имитировать разнообразные художественные техники: акварель, масло, мозаика. Выбор инструмента и правильное его использование зависит от задачи, поставленной перед дизайнером.

**Тема 3.** **Искусство цвета.**

Восприятие изображения в значительной мере определяется цветом. Цвет делает изображение более выразительным, передает настроение, обо­стряет восприятие, придает форме особую значимость и одухотворен­ность.

*1.* *Значение цвета в изобразительном искусстве.*

Мир прекрасен, потому что человек воспринимает его в цвете. Поиск особого цветового решения — один из главных вопросов, стоящих перед художником. Любое восприятие, в том числе и восприятие цвета, оп­ределяется работой мозга, поэтому у разных людей несколько различается видение красок, бывает иное ощущение гармонии.

*2.Природа цвета.*

Цвет — очень сложное явление. Существует несколько совершенно различ­ных подходов к его изучению.

Физики исследуют энергию электромагнитных колебаний, измеряют длину цветовой волны, проводят анализ спектра.

Химики работают с красителями, изучают их молекулярное строение, соз­дают новые пигменты, растворители, технологию нанесения на различные поверхности.

Специалисты компьютерной графики создают различные цветовые модели, позволяющие наиболее точно воспроизвести цвет на экране монитора или при выводе на печать.

Художники должны разбираться во всех аспектах теории цвета, хотя они часто интуитивно решают психологические вопросы, находят новые приемы эстетического воздействия, используют символическое звучание цвета, соз­дают неожиданные композиционные решения.

*3.Цветовые контрасты.*

Цель дизайнера — достичь гармоничного сочетания цветов совместным их примене­нием. Впечатление о цвете может быть усилено или ослаблено с помощью контрастов.

Существуют различные типы цветовых контрастов. В цветовой композиции художественного произведения лучше использовать какой-либо один тип. Все остальные контрастные соотношения должны быть второстепенными или вовсе не использоваться.

*4.Передача глубины пространства цветом.*

У цвета есть еще одно замечательное свойство. Различные цвета могут созда­вать ощущение приближения к зрителю или удаления, т. е. с помощью цвета можно передать глубину пространства. Это происходит за счет контраста светлого и темного, различной насыщенности цвета, разницы площадей цве­товых пятен.

*5.Компьютерные цветовые модели.*

Цветопередача в полиграфии и на экранах компьютеров становится все бо­лее совершенной, но, тем не менее, существует определенный набор слож­ностей и технических проблем. Цвет на экране не всегда совпадает с теми оттенками, которые стремится передать художник или с природными крас­ками. Проблематично (а иногда и технически невозможно) получить одина­ковый цвет на мониторе, на распечатке цветного принтера и на типограф­ском оттиске.

**Тема 4. Композиция в дизайне.**

Создание художественного произведения — это, в первую очередь, работа над образом. В соответствии с образом строится композиция. Она выражает определенную идею, определяется поставленной задачей, ха­рактером и назначением всего произведения.

*1.Фронтальная композиция*

Если художественное произведение создается в одной плоскости, речь идет о фронтальной (плоскостной) композиции. К этому виду относятся живо­писные полотна, витражи, гобелены, графические изображения, фотогра­фии, плакаты, Web-страницы, рекламные листовки.

В самой фронтальной композиции глубина пространства может быть пере­дана перспективными сокращениями, светотеневыми решениями, цветовы­ми пятнами, но все произведение рассматривается с одной точки, фрон­тально.

*2.Объемная композиция*

Если при развитии композиции, наравне с двумя направлениями на плос­кости, присутствует третье направление — глубина, — создается объемная форма. Этот принцип построения композиции применяется в скульптуре, малых архитектурных формах, объектах декоративно-прикладного искусст­ва, при разработке дизайна бытовых или промышленных изделий, автомобилей, упаковок, трехмерных рекламных объектов.

Объемная композиция трехмерна. Ее можно рассматривать со всех сторон, и чем больше пространства ее окружает, тем отчетливее проявляется ее об­щий вид, пластическая конфигурация.

*3.Пространственная композиция*

В пространственной композиции преобладают размеры пространства, в ко­тором размещены объекты. Тем не менее, значение каждого, даже самого маленького элемента такой композиции, очень важно. Работа над простран­ственной композицией — это проектирование ландшафтов, интерьеров, те­атральных действий, выставочных павильонов и стендов.

*Принципы построения композиции.*

Композиционное построение — это приведение к целостности и гармонии всех частей произведения.

Нет четких правил гармоничного соединения отдельных элементов в единое целое, но эмоциональный художественный образ создается только тогда, когда соблюдаются определенные условия: в едином композиционном про­странстве должны выделяться изобразительный центр, читаться общая фор­ма, чувствоваться ритм.

Основными законами композиции можно считать:

- равновесие;

- единство и соподчинение всех частей.

Чем больше элементов используется в композиции, тем сложнее работа по ее созданию. Для многоэлементной композиции любого типа очень важно структурное построение, соотношение составляющих ее частей. Отдельные элементы объединяют в группы по два-три для сохранения целостности восприятия.

**Тема 5.** **Типографический дизайн.**

Пространство страницы — это произведение графического дизайна. "Буквы, слова и массивы текста безупречно и удобочитаемо располагаются на про­странстве страницы, в то же время, это движущиеся фигуры на сцене листа, где типографика превращается в своего рода театр со своими действующими лицами" (А. Фрутингер).

Взяв в руки рекламную листовку, раскрыв буклет или взглянув на плакат, Вы получите первое впечатление о них, даже не читая текст. Внешний вид документа должен соответствовать содержанию, создавать определенный образ. Огромную роль в дизайне страницы играет шрифт.

Как и любой объект графического дизайна, шрифт зависит от инструмента, с помощью которого он воспроизводится. По способу воспроизведения шрифты делятся на рисованные и наборные.

*Типографика* — искусство относительно молодое. Пятьсот лет назад толчок к его появлению дало изобретение Гуттенбергом металлического набора. В компьютерную эру развитие типографики сделало революционный ска­чок. Основываясь на классических правилах набора, компьютерная верстка дает массу новых возможностей, а это стимулирует появление свежих дизайнерских решений.

Компьютерные технологии в полиграфии и мода на оригинальность породили радикальные направления в типографском искусстве. Зачастую шрифтовой документ создается не столько для чтения, сколько для рассматривания.

*Дизайн печатной страницы*

Оформление страницы печатного документа подчиняется всем законам композиции в дизайне. Текстовая страница строится из элементов публика­ции, так же как предметная композиция — из материальных объектов, а формальная — из абстрактных пятен и линий.

*1.* *Выбор шрифта для текстового документа*

Шрифт — основа композиции любого текста.

Шрифты, применяемые для набора больших объемов текста, просты в на­чертании, нейтральны, универсальны в отношении языка.

*2.Форма печатного документа*

При беглом взгляде на печатную страницу, текст в первую очередь восприни­мается как форма. Особенно это характерно для текстов на незнакомом языке.

Иногда форма намного интереснее и выразительнее содержания.

*Публикации рекламного характера*

Задача типографики в дизайне коротких рекламных документов — заинтересовать читателя. Реклама открывает почти безгранич­ные возможности для игры шрифтами, в ней можно делать даже то, чего, во­обще говоря, делать нельзя. Содержание текста, несомненно, важно, но пер­вая задача грамотно выполненной рекламы — привлечь к ней внимание. При этом если и страдает удобочитаемость, это компенсируется визуальным вос­приятием, тем более, что сначала охватывается взглядом весь объем страни­цы, форма, и только потом прочитывается информация. Разнообразные ори­гинальные приемы вполне допустимы в небольших по объему текстах. Для того чтобы взгляд "зацепился" за текст, типографическое воплощение слова и его смысл должны быть согласованы.

**Тема 6.** **Визуальные средства рекламы.**

Реклама — это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации.

Рекламу доводят до получателя посредством всего того, что можно увидеть или услышать.

На сегодняшний день сформировался вполне определенный набор наиболее широко используемых каналов рекламного воздействия. Каждый из них имеет свою аудиторию и свою специфику.

Легко заметить, что большинство видов рекламы связано с визуальными образами. Элементы фирменного стиля, упаковка, этикетки, наружная и транспортная реклама, полиграфическая и сувенирная продукция, почтовые открытки, реклама в газетах и журналах — все это виды рекламы, требую­щие текстового и графического.

Эффективная реклама сразу же приковывает внимание потребителя. Для того чтобы рекламу заметили, нужна идея.

По целевой аудитории реклама подразделяется на потребительскую и де­ловую.

Потребительская реклама ориентирована на вполне определенную аудито­рию: подростков, домохозяек, жителей отдельных регионов. Большая часть потребительской рекламы проходит че­рез средства массовой информации.

Деловая реклама — для промышленности, торговли, сельского хозяйства, специалистов и предпринимателей в различных отраслях — обычно разме­щается в специализированных публикациях или профессиональных журна­лах либо направляется по почте непосредственно организациям, которые занимаются производством, оптовыми закупками, реализацией большого объема продукции.

По функциям и целям реклама подразделяется на товарную, нетоварную и корпоративную.

Товарная реклама призвана содействовать реализации товаров и услуг. К ней относятся реклама розничной торговли, реклама юридических услуг, финансовых услуг, медицинского страхования.

Нетоварная реклама пропагандирует не конкретный товар, а какие-либо идеи и цели. Корпоративная (имиджевая) реклама служит для повышения репутации и известности фирмы. Обязательный элемент корпоративной рекламы — фирменный стиль.

Составляющие фирменного стиля:

- информационная документация — визитки, проспекты, каталоги, буклеты;

- деловая документация — бланки, конверты, папки, прайс-листы;

- рекламная продукция — плакаты, листовки, открытки, рекламные ролики;

- сувенирная продукция — календари, блокноты, значки, брелки;

- упаковка — коробки, пакеты, фирменные флаконы, фирменная упако­вочная бумага, наклейки, этикетки;

- стиль оформления интерьеров офиса, торговых залов, выставочных вит­рин и экспозиций;

- спецодежда;

- оформление транспорта фирмы и прочее.

*Особенности различных видов печатной рекламной продукции*

Рекламные материалы с текстовой информацией — бланки, схемы, листов­ки, плакаты, проспекты, каталоги — стали неотъемлемой частью повседнев­ной жизни. Часто в них используется много интересных дизайнерских ре­шений, но далеко не все можно рассматривать как образец для подражания.

Самые оригинальные и неожиданные шрифтовые приемы и иллюстрации, примененные в рекламе, не достигнут цели, если не выработана единая концепция печатного документа. Создаваемый образ зависит от цели пуб­ликации, и этому образу должно соответствовать все: форма и размер листа, используемые цвета, шрифт, качество бумаги.

*Наружная реклама*

Наружная реклама имеет массу преимуществ. Во-первых, она явно лиди­рует по охвату потребителей.

Реклама адресуется определенной аудитории: домохозяйки должны ее уви­деть по пути в супермаркет, туристы — в аэропорту или гостинице, сту­денты — по дороге в учебные заведения или клубы.

Наружная реклама — наиболее зрелищная из всех видов реклам. Главное ее оружие — большой размер, качественное исполнение, четкий текст.

**Методические рекомендации**

Теоретический материал преподается на лекциях, согласно запланированных тем и отведенных часов занятий. Тематика занятий направлена на развитие эстетического вкуса и формирование художественной грамотности студентов, освоение программ по компьютерной графике и применение на практике знаний полученных в процессе изучения предмета «Основы теории дизайна».

Методические рекомендации состоят из методических указаний по проведению самостоятельной работы студентов.

Цель практических и самостоятельных задач - ознакомиться и накопить опыт и технические навыки, необходимые в процессе обучения студентов.

При обучении важно приобретение ими теоретических знаний и практических навыков, которые положительно влияют на формирование профессиональных качеств высокой художественной культуры. Самостоятельные задания дают возможность выявить уровень и качество изучения студентом всего материала по предмету.

Для планомерного профессионального овладения предметом важно, чтобы студенты постепенно и сознательно выполняли учебные задания, в порядке: от простого - к сложному.

Работа преподавателя со студентами должна быть последовательной и принципиальной. Одними из важнейших принципов изложения дидактического материала являются заинтересованность и ответственность, которые передаются от преподавателя - к студентам, открывая для них перспективы дальнейшего профессионального роста и совершенствования, стимулируют к поиску оригинальных, авторских решений.

**4. Вид итогового контроля успеваемости**

В конце седьмого семестра – **дифференцированный зачет**

**5. Ориентировочные задания к итоговому контролю:**

**4 курс 7 семестр**

Графический дизайн логотипа, визитки, буклет.

**6. Критерии оценивания учебных достижений слушателей**

|  |  |
| --- | --- |
| **Уровни знаний** | **Требования к знаниям, умениям и навыкам студентов** |
| **Высокий**  **5 (отлично)** | Студент владеет глубокими знаниями по предмету, интересуется основами теории дизайна. Творчески подходит к каждому заданию, обладает приемами и инструментами компьютерной графики, работает самостоятельно, интересуется предметом и новыми возможностями графических редакторов. Студент проявляет полные и глубокие знания теории, демонстрируя отличные практические навыки, находчивость и готовность к выполнению профессиональных задач Работы студента могут быть использованы в методических целях и на выставках. |
| **Достаточный**  **4 (хорошо)** | Задание выполнено в полном объёме и в установленный срок.  Работа исполнена качественно, на хорошем идейно-художественном уровне, творчески.  Композиционное построение изображения завершено, соответствует основным требованиям.  Студент проявляет достаточные знания по курсу дисциплины, демонстрируя готовность к выполнению практических задач. |
|
| **Средний**  **3(удовлетворительно**) | Объём работы - удовлетворительный.  Раскрытие темы и качество исполнения - на среднем идейно-художественном уровне.  Композиционное построение изображения удовлетворяет минимальным требованиям.  Студент выявляет теоретические знания учебного материала, на уровне репродуктивного воспроизведения, демонстрируя при этом навыки в решении основных профессиональных задач. |
|
| **Начальный**  **2(неудовлетворительно)** | Объём работы - неудовлетворительный.  Тема не раскрыта. Качество исполнения - на низком уровне.  Композиционное построение изображения не удовлетворяет минимум требований.  В работе студент выявляет поверхностные знания теории, отсутствие навыков освоения художественных техник и материалов. |

**7. Рекомендуемая литература**

1. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. М., 2001
2. Глазычев В. Л. Дизайн как он есть. Изд 2-е, доп. - М., Европа, 2006
3. Калмыкова Н.В., Максимова И.А. Дизайн поверхности. Композиция, пластика, графика, колористика. Учебное пособие. М., Книжный дом «Университет», 2010
4. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. М., Гардарики, 2007
5. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. СПб, Питер, 2008
6. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: учебное пособие. 2-е изд. уточненное и доп. М., АСТ: Астрель, 2007
7. Шимко В.Т. Основы дизайна и средовое проектирование. Учеб. пособие. М., ИМДТ, 2007
8. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. — СПб.: БХВ-Петербург, 2004. — 240 с.: ил.

***Дополнительная литература***

1. Безмоздин Л.Н. В мире дизайна. Монография. Ташкент: ФАН, 1990
2. Безмоздин Л.Н. Дизайн в современной культуре // Искусство в системе культуры. Сост. и отв. ред. М.С.Коган. Л.: Наука, 1999

3. Бытачевская Т.Н. Искусство как формообразующий фактор в дизайне. – М., 2004

4. Воронов Н.В. Что такое дизайн. М., Знание, 1969

5. Глазычев В. О дизайне. Очерки по теории и практике дизайна на Западе. М.: Искусство, 1970

6. Грожан Д.В. Справочник начинающего дизайнера. Ростов-на-Дону, Феникс, 2006

7. Гропиус В. Границы архитектуры. М., Творчество, 1986

8. Дизайн: учебное пособие. Пер. с англ. − М.: ТОО Дека, 1994

9. Дизайн для всех: альм. / Союз дизайнеров России, Твор. студия «Дизайн-слово». М., 2002

10. Дружкова Н.И. В.Кандинский в Баухаузе: (Теорет. основы художеств.-пед. деятельности): Дис. канд. искусствоведения / МГУ им. М. В. Ломоносова. Ист. фак. каф. истории отечеств. искусства. М., 2000

11. Дружкова Н.И. Теория цвета В.Кандинского // Изобразительное искусство в школе. - 2001, №1

12. Иконников А.В. Зарубежная архитектура: от «новой архитектуры» до постмодернизма. М., Стройиздат, 1982

13. Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория. Учебное пособие. М., Омега-Л, 2006

14. Кулеева Л.М., Михайлов С.М. Основы дизайна. М., Новое знание, 1999

15. Михайлов С.М. История дизайна: учебник: в 2 т. М., Союз дизайнеров России, 2003

16. Холмянский Л.М., Щипанов А.С. Дизайн: книга для учащихся. М., Просвещение, 1985

17. Цыганкова И.Г. У истоков дизайна. М., Наука, 1977