

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»
Кафедра теории, истории и философии культуры

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГУМ
А.А. Кузьмин
« 22 » 06 2014г.

МОДА И ДИЗАЙН КАК ОБЪЕКТЫ КУЛЬТУРНОЙ ИНДУСТРИИ

Дисциплина по направлению подготовки 033000.62 – Культурология,
профиль «Управление в социокультурной сфере»

Рабочая программа

СОГЛАСОВАНО

Начальник учебного отдела
Н.Г. Федотова
« 20 » 06 2014 г.

РАЗРАБОТАЛ

Доцент каф. ТИиФК
Н.Е. Прокофьева
« 20 » 06 2014 г.

Принято на заседании кафедры
« 16 » 06 2014 г. № 4
Зав. каф. ТИиФК
А.А. Кузьмин
16.06.14

Великий Новгород

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины: формирование компетентности студентов в области теории и истории моды и дизайна; изучения и анализа современных тенденций моды и дизайна в контексте развития культурной индустрии.

Задачи, решение которых обеспечивает достижение цели:

- Содействовать формированию целостного представления студентов об исторических и экономических закономерностях становления моды и дизайна в пространстве современной культуры;
- сформировать представление студентов об основных этапах развития и функционирования моды и дизайна как объектов культурной индустрии, основных тенденциях моды и дизайна на современном рынке;
- содействовать развитию у студентов навыков критического анализа исследований, связанных с интерпретацией теории и практики моды и дизайна в соответствии с общепринятыми подходами и методиками;
- Способствовать освоению студентами методов изучения и анализа современных практик моды и дизайна в контексте развития культурной (творческой) индустрии;
- Стимулировать студентов к самостоятельной деятельности по освоению данной дисциплины и формированию необходимых компетенций.

2. Место дисциплины в структуре ООП направления подготовки

Дисциплина «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии» – продолжение курса «Прикладная культурология» и модулей специализации «История искусств», «Основы социально-культурной деятельности», «Особенности рынка культурных услуг», «Культурные индустрии».

Понятия, законы и методы анализа, с которыми студенты ознакомились в рамках настоящего учебного модуля, будут использованы при продолжении изучения модулей «Менеджмент в социокультурной сфере», «Социальный и культурный маркетинг», «Экономика и предпринимательство в сфере культуры», «Экономические факторы художественной продукции», «PR и брендинг в сфере культуры», а также при написании курсовых и дипломной работ.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие профессиональные компетенции:

1) Способность применять в производственной социокульт. деятельности базовые проф. знания по культурологии (ПК-12):

- Знание и объяснение функций моды и дизайна в контексте теории «культурных индустрий»;
- Умение анализировать социокультурные проблемы и процессы в области моды и дизайна с помощью методов культурологии, с применением концепции «культурных индустрий»;
- Владение навыками использования культурологической методологии, концепции «культурных индустрий» при анализе структур и функций моды и дизайна.

2) способен к осуществлению художественно-творческих планов и программ в социокультурной сфере (ПК-17):

- Знание теоретических и методологических основ изучения моды и дизайна, видов и функций художественно-творческих программ в индустрии моды и дизайна;
- Умение применять профессиональное знание в области моды и дизайна в социальной практике, при анализе художественно-творческого продукта;
- Владение навыками формирования новых идей и продуктов в худож.-творческой деятельности в индустрии моды и дизайна.

3) готовность к участию в реализации форм культ.-досуговой деятельности (ПК-18):

- Знание основных методов изучения форм культурно-досуговой деятельности в контексте концепции «культурных индустрий»;
- Умение применять познавательные подходы и методы при изучении индустрии моды и дизайна, умение оценивать состояние форм культурно-досуговой деятельности в социокультурной среде;
- Владеет навыками использования полученных знаний в социальных проектах и учреждениях культурной индустрии, в практической культурно-досуговой деятельности.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины и формы аттестации.

Учебная работа (УР)	Всего	Распределение по семестрам
		7
Полная трудоемкость дисциплины в		

зачетных единиц (З.Е.), в т.ч.: - ДЗ, З.Е.	3	3
Распределение трудоемкости по видам УР в академических часах (А.Ч.):	108	108
- лекции	18	18
- практические занятия (семинары)	36	36
- в том числе аудиторная СРС	18	18
- внеаудиторная СРС	54	54
Аттестация: - ДЗ		

4.2. Содержание дисциплины.

Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование разделов дисциплины
1.	Культурные и креативные индустрии.
2.	Дизайн и творческие индустрии.
3.	Индустрия дизайна и визуальных коммуникаций.
4.	Брендинг и маркетинговые коммуникации в дизайне.
5.	Индустрия моды.
6.	Менеджмент и коммуникации в индустрии моды.
7.	Индустрия дизайна и развитие пространства культуры города.

Темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование тем дисциплины	№ неде ли	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семин	СРС	Все- го
1.	Культурные и креативные индустрии.	1-3	4			4	6	14
2.	Дизайн и творческие индустрии.	4-5	2			2	6	14
3.	Индустрия дизайна и визуальных коммуникаций.	6-7	2			4	6	14
4.	Брендинг и маркетинговые коммуникации в дизайне.	8-9	2			2	6	12

5.	Индустрия моды.	10-12	4			2	10	20
6.	Менеджмент и коммуникации в индустрии моды.	13-15	2			4	10	18
7.	Индустрия дизайна и развитие пространства культуры города.	16-18	2			2	10	16

4.3. Формирование компетенций студентов

№ раздела, модуля дисциплины	Формируемые компетенции	Трудоемкость раздела, (в АЧ)
Раздел № 1	ПК-12, ПК-17, ПК-18,	14
Раздел № 2	ПК-12, ПК-17, ПК-18,	14
Раздел № 3	ПК-12, ПК-17, ПК-18,	14
Раздел № 4	ПК-12, ПК-17, ПК-18,	12
Раздел № 5	ПК-12, ПК-17, ПК-18,	20
Раздел № 6	ПК-12, ПК-17, ПК-18,	18
Раздел № 7	ПК-12 ПК-17, ПК-18	16
Итого		108

5. Образовательные технологии.

Образовательный процесс по дисциплине строится на основе применения следующей комбинации методов преподавания: модульно-рейтинговое, проблемное обучение и развивающее обучение. В связи с этим организация познавательной деятельности включает в себя элементы пассивного, активного и интерактивного обучения.

Реализация такого рода модели задает соответствующие формы организации образовательного процесса и выражается в использовании следующих образовательных технологий:

- лекция (вводная, проблемная, лекция-презентация, информационная лекция);
- практическое занятие (работа в малых группах, обсуждение конкретных ситуаций, презентации индивидуальных работ);
- дискуссия (общая тематическая);
- исследовательские (анализ источника, составление тезауруса);
- самостоятельная работа студентов (работа с источниками по темам дисциплины, написание эссе по проблеме, подготовка презентаций, выполнение домашних заданий).

В процессе реализации образовательных технологий предусмотрено возможное использование информационных технологий: предоставление

информации, выдача рекомендаций по электронной почте, использование мультимедийных средств в лекционных и практических занятиях и т.д.

Предполагаемые формы проведения лекционно-практических занятий по дисциплине представлены в следующей таблице.

<i>Тема занятий</i>	<i>Форма проведения</i>
<i>Раздел 1. Культурные и креативные индустрии.</i>	
1.1. Экономический потенциал культуры. Культура как ресурс.	Вводная информационная лекция; обсуждение тематики практических и творческих занятий и т.д.
1.2. Культурные рынки и современные культурные практики.	Лекция-презентация; работа в малых группах.
1.3. Творческие индустрии: стратегии развития.	Проблемная лекция.
<i>Раздел 2. Дизайн и творческие индустрии.</i>	
2.1. Коммуникационный, промышленный и интерактивный дизайн.	Проблемная лекция-презентация.
2.2. Национальное и геокультурное своеобразие современного дизайна. Дизайн Запада и Востока.	Проблемная лекция; презентации индивидуальных работ.
2.3. Event-менеджмент в индустрии развлечений, туризма и маркетинга (праздники, выставки, торговые ярмарки и PR-акции).	Лекция-презентация; проблемный семинар.
<i>Раздел 3. Индустрия дизайна и визуальных коммуникаций.</i>	
3.1. Культурные и рекламные коммуникации, визуальная навигация.	Лекция-презентация; обсуждение конкретной ситуации (после анализа 3-х источников).
3.2. Графический дизайн и визуальные коммуникации. Арт-креатив и дизайн в рекламе.	Информационная лекция-презентация.
3.3. Медиа-дизайн.	Лекция-презентация; общая тематическая дискуссия.
<i>Раздел 4. Брендинг и маркетинговые коммуникации в дизайне.</i>	
4.1. Товарный знак, торговая марка, «бренд».	Лекция-презентация; проблемный семинар.
4.2. Технология брендинга.	Информационная лекция; проблемная лекция.
4.3. Дизайн фирменного стиля.	Лекция-презентация; обобщающая лекция.
<i>Раздел 5. Индустрия моды.</i>	
5.1. Становление моды как fashion-индустрии. Рынок и мода. Дизайн одежды и ее продвижение.	Проблемная лекция-презентация.
5.2. . Стиль и мода. Ведущие	Лекция-презентация.

стилевые направления моды. Анализ и прогноз модных тенденций.	
5.3. Субкультуры и мода. Теории распространения моды. Мода и анти-мода. Модный мейнстрим и микро-тренды.	Проблемная лекция; презентации индивидуальных работ и обсуждение результатов.
Раздел 6. Менеджмент и коммуникации в индустрии моды.	
6.1. Бренд-менеджмент в индустрии моды. Коммерческая мода. Создание и продвижение модного бренда.	Проблемная лекция.
6.2. Реклама и коммуникации в модной индустрии. Новая концепция журнала моды. Фотография в индустрии моды.	Активное обучение: технология РКМЧП (вызов, осмысление, рефлексия).
6.3. Менеджмент и маркетинг индустрии моды.	Лекция-презентация; презентация и обсуждение индивидуальных заданий.
Раздел 7. Индустрия дизайна и развитие пространства культуры города.	
7.1. Культурные технологии и развитие города. Модель креативного города.	Информационная лекция-презентация; презентация и обсуждение индивидуальных заданий.
7.2. Дизайн и брендинг городской среды.	Проблемная лекция; презентации индивидуальных работ и обсуждение результатов.
7.3. Культурный потенциал и возможные стратегии развития городской среды в Новгороде и области.	Лекция-презентация; общая тематическая дискуссия.

6. Оценочные средства контроля успеваемости.

6.1 Формы контроля качества освоения дисциплины.

Контроль качества освоения студентами учебной дисциплины осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС), являющейся обязательной к использованию всеми структурными подразделениями университета.

Для оценки качества освоения учебной дисциплины используются формы контроля: текущий – регулярно в течение всего семестра; рубежный – на девятой неделе и семестровый – по окончании изучения учебной дисциплины.

Текущий контроль осуществляется во время выполнения практических аудиторных и внеаудиторных заданий, проведения предусмотренных программой форм оценки знаний.

Рубежный контроль осуществляется посредством суммирования баллов текущего рейтинга за период обучения с первой по девятую неделю.

Семестровый (промежуточный) контроль осуществляется посредством суммирования баллов за весь период обучения при условии, что текущий рейтинг по каждому из контрольных мероприятий по данной дисциплине не ниже уровня успеваемости.

Оценка качества освоения учебной дисциплины осуществляется с использованием фонда оценочных средств (ФОС), разработанного для учебной дисциплины, по всем формам контроля в соответствии с Положением НовГУ «Об организации учебного процесса по образовательным программам высшего образования» и Положением НовГУ «О фонде оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации студентов и итоговой аттестации выпускников»

6.2. Виды и перечни заданий для СРС

Темы и формы практических занятий:

№	№ темы	Наименование практического занятия	Форма проведения	Кол-во баллов
ПР-1	1.3	Культурные индустрии: теория и исследования. Институты массового культурного производства. Проблема “культурных индустрий” в критической теории общества. Культурное производство в частном и общественном секторах. Роль культурных индустрий в экономическом развитии современных обществ. Модели культурных индустрий.	Анализ конкретной ситуации	5 б.
ПР-2	2.2	2. Предметный мир современной культуры. Дизайн как средство коммуникации в «массовом обществе». «Вещный» характер современной культуры. Вещь как средство коммуникации. Дизайн как институт «массовой культуры».	Работа в малой группе	5 б.
ПР-3	2.3	Основные виды и специфика дизайнерской деятельности. Основные понятия дизайна. Техническое и художественное начало в дизайне. Условия возникновения дизайна как особой формы проектно-художественной деятельности: первые теории и практика дизайна. Обзор концепций западного и	Проблемный семинар	5 б.

		отечественного дизайна. Национальное и геокультурное своеобразие современного дизайна. Дизайн Запада и дизайн Востока.		
ПР-4	4.1	Проблема символизации объектов в дизайне (дизайн рекламы). Статусный товар как объект рекламы. Дизайн в контексте «престижного потребления». Изобразительные и вербальные приемы в рекламе. Манипулятивность рекламы. Фирменный стиль как знаковая система.	Проблемный семинар	5 б.
ПР-5	4.2	Мода как социокультурный феномен. Теоретические концепции моды (Г.Зиммель, В.Зомбарт, Р.Барт и др.). Основные характеристики моды XX в. Ведущие Дома моделей. Стилевые линии в дизайне XX в. Стиль как характеристика современной моды. Стилизация и стайлинг в дизайне.	Презентация и обсуждение творческого задания	5 б.
ПР-6	4.3	Ценности моды. Модные стандарты и модные объекты. Участники модной коммуникации. Символические значения костюма.	Презентация и обсуждение индивидуального задания	10б.
ПР-7	6.2	Культурный потенциал городской среды (на примере Великого Новгорода). Представление о городе. Современное восприятие города. Признаки городской среды. «Среда-состояние» и «среда-событие». Культурный образ городского пространства Великого Новгорода.	Проблемный семинар	5 б.

Темы домашних заданий для СРС:

№	№ темы	Наименование домашнего задания	Кол-во баллов
ДЗ-1	Раздел 1	Выделение ключевых понятий по тематике раздела № 1	5 б.
ДЗ-2	Раздел 2	Критический анализ дизайнерских (галерейных, выставочных) проектов для различных типов российских регионов в рамках дискуссионного занятия.	5 б.
ДЗ-3	Раздел 3	Составление аналитических обзоров современных источников по теме: Мода XX века и современный художественный процесс	5 б.
ДЗ-4	Раздел 4	Подготовка письменного задания по одной из	5 б.

		предложенных тем	
ДЗ-5	Раздел 5	Составление тезауруса по тематике раздела № 5	10б.
ДЗ-6	Раздел 6	Составление тезауруса по тематике раздела № 6	5 б.
ДЗ-7	Раздел 7	Подготовка индивидуальной презентации по теме «Арт-дизайн произведений изобразительного искусства».	5 б.

6.5 Реферативная работа

А) Студент может выбрать одну из приводимых ниже возможных тем рефератов и, самостоятельно подобрав литературу, написать реферат.

Б) План реферата:

- титульный лист;
- введение, содержательная часть, заключение, список литературы;
- сноски на литературу (5-7 источников).

В) Объем реферата – не менее 20 страниц текста.

Возможные темы реферативных работ:

1. Индустриальный дизайн и технический прогресс
2. Теория и практика раннего дизайна (середина XIX – нач. XX в.)
3. Промышленные выставки XIX в. и их вклад в развитие дизайна.
4. Философия формообразования в промышленном дизайне. Основные принципы
5. Баухауз (Германия), ВХУТЕМАС (Россия) – первые школы современного дизайна
6. Производственное и агитационное искусство в России 20-х гг. XX в.
7. Пионеры советского дизайна
8. Реклам-конструкторы 1920-х гг.
9. Школа образного дизайна В.Татлина
10. Производственный костюм и мода
11. Стиль как характеристика современной моды
12. Мастера международной моды
13. Предметно-пространственная среда как текст
14. Система визуальных коммуникаций в городской среде
15. Эволюция фирменного знака в графическом дизайне
16. Творчество Э.Уорхола в рекламном дизайне
17. Дизайн в контексте «престижного потребления»
18. Проблема вещи в современной культуре
19. Вещи века: легендарные произведения дизайна XX столетия
20. Арт-дизайн в современной художественной культуре (альтернативный дизайн)

6.4. Зачет

Зачет производится путем суммирования баллов за практические задания, контрольные и самостоятельные работы по тематике курса, которые проводятся в течение всего семестра.

6.5. Критерии оценки качества и технологическая карта

Технологическая карта дисциплины с оценкой различных видов учебной деятельности по этапам контроля приведена в приложении В

Критерии оценки качества освоения студентами дисциплины:

- оценка «удовлетворительно» – 75 – 104 балла.
- оценка «хорошо» – 105 – 134 балла.
- оценка «отлично» – 135 – 150 баллов.

<i>Критерий</i>	<i>В рамках формируемых компетенций студент демонстрирует</i>
пороговый	Может с трудом использовать культурологическую методологию в области изучения моды и дизайна, концепции «культурных индустрий» для решения профессиональных задач в производственной социокультурной деятельности; Испытывает сложности при владении навыками использования культурологических теорий моды и дизайна, концепций в культурно-просветительской деятельности; Может с трудом показать навыки использования современных теорий моды и дизайна, концепций и инструментария культурологии в практической культурно-досуговой деятельности; низкий уровень мотивации учения;
стандартный	Способен критически анализировать некоторые социокультурные проблемы с помощью методов культурологии, с применением концепции «культурных индустрий»; Может продемонстрировать некоторые умения применять профессиональное знание в социальной практике; Способен применять культурологическое знание, познавательные подходы и методы при изучении культурно-досуговых форм, процессов и практик; средний уровень мотивации учения;
эталонный	Показывает глубокое профессиональное знание методов изучения современной культуры в контексте теории «культурных индустрий»; Проявляет полное знание о теоретических и методологических основах изучения форм и практик современной культуры, распознает виды и функции художественно-творческих программ в социокультурной сфере; Показывает глубокое знание теоретических и методологических основ, категорий и концепций, необходимых для изучения форм и практик современной культуры, методов изучения форм культурно-досуговой деятельности; высокий уровень мотивации учения.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература:

1. Лаврентьев А.Н. История дизайна : учеб. пособие для вузов. - М. : Гардарики, 2007. - 303 с., [8] л. ил. : ил. - (Disciplinae). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 5-8297-0262-2 (в пер.)
2. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие для вузов. - М. : ЮНИТИ, 2009. - 238, [1] с. : ил. - (Азбука рекламы). - Библиогр.: с. 227-229. - Слов.: с. 230-234; Прил.: с. 235-237. - ISBN 978-5-238-01525-5
3. Ткалич С.К. История дизайна: Эволюция, методология, современные тенденции : учеб. пособие для студентов спец. 052400 - Дизайн : в 2 ч. Ч. 1 : Развитие дизайна в России. Ч. 2 : Европейский дизайн / Моск. гос. ун-т культуры и искусств. - М., 2007. - 190 с. : ил. - Библиогр.: с. 185-189. - Глоссарий: с. 176-178. - ISBN 5-94778-136-0
4. Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - 4-е изд., испр. и доп. - СПб. : Лань : Планета музыки, 2009. - 541, [1] с. : ил. - (Учебники для вузов, Специальная литература). - Библиогр.: с. 536-539. - Прил.: с. 521-535. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : (в пер.) : 454.63. - 454.66, 1500 экз.
5. Тульчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина ; С.-Петерб. фил. гос. ун-та, Высш. шк. экономики. - СПб. : Лань : Планета музыки, 2010. - 381, [1] с. : ил. - (Учебники для вузов, Специальная литература). - Библиогр.: с. 375-379. - Прил.: с. 323-374. - ISBN 978-5-8114-0956-3 : (в пер.) : 392.04, 1500 экз.
6. Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова ; С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. - 3-е изд., стер. - СПб. : Лань : Планета музыки, 2007. - 527, [1] с. - (Учебники для вузов, Специальная литература). - Библиогр.: с. 504-509. - Прил.: с. 510-524. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : (в пер.)
7. Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: Российский и зарубежный опыт / С.-Петерб. ун-т истории и искусств. - СПб. : Алетейя, 2006. - 185, [1] с. : ил. - Библиогр.: с. 159-165. - Прил.: с. 166-185. - ISBN 5-89329-743-1

7.2. Дополнительная литература:

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2004.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей: Пер. с фр.. М., 1999. 220 с.
3. Бофилль Р. Пространства для жизни: Пер. с фр. М.: Стройиздат, 1993. - 136 с., ил.
4. Быстрова Т.Ю. Феномен вещи в дизайне: философско-культурологический анализ: Автореф. дисс. на соиск. учен. степени док. философских наук. Екатеринбург, 2003.

5. Воронов Н.В. Российский дизайн: Очерки истории отечественного дизайна. Т.1-2/НИИ Рос.Акад.художеств.-М.: Союз Дизайнеров России,2001.
6. Войтковский, С.Б. Основы менеджмента и практический менеджмент в искусстве. -М., 2000.
7. Волкова В.В. Дизайн рекламы: Учеб.пособие.-М.;Ростов н/Д:Книжный дом "Университет":Феникс,2008.-142с.
8. Герчикова, И.Н. Менеджмент. -М.: ЮНИТИ, 1995.
9. Гидион З. Пространство, время, архитектура: Пер. с нем. М.: Стройиздат, 1984. – 455 с., ил.
- 10.Глазычев В.Л. О дизайне:Очерки по теории и практике дизайна на Западе:[Электронный ресурс].-Б.м.:Б.и.,2003;Переиздание книжного варианта 1970 г.изд.,М.:Искусство.
11. Глазычев В.Л. Культурный потенциал городской среды: Автореф.дис. на соиск. учен. степени док. искусствоведения. М., 1991. – 43 с.
- 12.Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие. М., 2011.
- 13.Гропиус В. Границы архитектуры: Пер. с нем. [Сборник]. Составитель науч. ред. и предисл. В.И.Тасалова. М.: Искусство, 1971. – 286 с.
- 14.Гутнов А.Э., Глазычев В.Л. Мир архитектуры. М.: Молодая гвардия, 1990. – 350 с., ил.
- 15.Дизайн архитектурной среды:Учеб.для вузов/Минервин Г.Б.,Ермолаев А.П.,Шимко В.Т. и др.-М.:Архитектура-С, 2004. 502,[1]с.:ил. (Специальность "Архитектура").- Библиогр.:с.500-503.
- 16.Ермилова Д.Ю. История домов моды:Учеб.пособие для вузов.- М.:Академия,2003.-287с.:ил.-(Высшее образование).-Библиогр.:с.284-285.-Прил.:с.255-283.
- 17.Жаркова Л.С. Деятельность учреждений культуры: Учебное пособие. М, 2003.
- 18.Иванов, Г. П. Продюсерский сектор культуры [Текст] / Г.П. Иванов // Справочник руководителя учреждения культуры. - 2003. - № 8. - С. 75-83.
19. Иконников А.В. Пространство и форма в архитектуре и градостроительстве. М., 2006.
- 20.История костюма. Эпоха. Стилль. Мода: От древнего Египта до модерна/Худож.А.Ю.Андреева,Г.И.Богомолов.-СПб.:Паритет,2001.- 120с.,[8]л.ил.:ил.
- 21.Калашникова Н.М. Народный костюм:(семиотические функции):Учеб.пособие.-М.:Сварог и К,2002.-374с.:ил.- Глоссарий:с.290-374.
22. Килошенко М.И. Психология моды.-СПб.:Речь,2001.-192с.:ил.- Библиогр.:с.190-193.-На обороте тит.л.изд-во СПГУТ.
23. Ковриженко М.К. Креатив в рекламе:Постмодернистский облик моды.-СПб.:Питер,2004.-252с.,[4]л.ил.:ил.-Библиогр.:с.250-252.

24. Культурная политика: проблемы, теории и практики. Сборник статей. СПб, 2003.
25. Линч К. Образ города / Пер. с англ., сост. Иконников А.В. М.: Стройиздат, 1982. 328 с.
26. Лэндри Ч. Креативный город М.: Издательский дом «Классика XXI», 2005.
27. Лэндри Ч., Грин Л., Матарассо Ф., Бьянчини Ф. Возрождение городов через культуру. СПб.: Нотабене, 1999. 85 с.
28. Менеджмент в сфере культуры : учебное пособие / Под общ. ред. И. М. Болотникова, Г. Л. Тульчинского. СПб, 2007.
29. Михайлов С.М. История дизайна. Т.1-2-М.:Союз Дизайнеров России,2002-2003.
30. Михайлов С.М.,Кулеева Л.М. Основы дизайна.-2-е изд.,перераб.и доп.-М.:Союз Дизайнеров России,2009.-240с.:ил.-Библиогр.в конце гл.-Свед.об изд.с оборота тит.л.
31. Новаторов, Б.Ч. Маркетинг культурных услуг. - Омск, 1992.
32. Новые форматы партнерства: Сб. статей. М.: Институт культурной политики, 2004. 32 с. (Культурные стратегии: Экспертный клуб. Вып. 1).
33. Пайн Дж. Экономика впечатлений: Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена. М., 2005.
34. Переверзев М.П. Косцов Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства; Учебное пособие. М., 2007.
35. Производство и потребление культурных продуктов. Материалы круглого стола «ОЗ», 23 сентября 2005 г. /Д. Дондурей, А.Прохоров, А. Голубовский, А. Дмитриев, М. Калужский. // Отечественные записки. – 2005. - № 4. - <http://www.strana-oz.ru/?numid=25&article=1092>
36. Роль рекламы в создании сильных брендов / Под ред. Д.Ж. Джоунса. М., 2005.
37. Российская Федерация. Министерство культуры. XXI век : Проблемы культуры : сборник научных статей - М. : МГУКИ, 2002. - 251 с.
38. Российское городское пространство: попытка осмысления. Серия «Научные доклады», №116. М.: Московский общественный научный фонд, 2000.
39. Современные технологии социально –культурной деятельности/Под ред. Григорьевой Е. И., Тамбов, 2002.
40. Творческие индустрии в России: Сб. статей. М.: Институт культурной политики, 2004. 85 с. (Культурные стратегии: Экспертный клуб. Вып. 3).
41. Творческие индустрии. Модель для сборки: Сб. статей. М.: Институт культурной политики, 2005. 34 с. (Культурные стратегии: Экспертный клуб. Вып. 4).
42. Тульчинский Г.Л. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд. М, 2006.
43. Ученова В.В. Философия рекламы. М.:Гелла-принт, 2003. – 208 с.: ил.

44. Фадин, А.В. Сфера культуры: проблемы управления. -М., 1987.
45. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М., 2005.
46. Художественный рынок [Текст] : вопросы теории, истории, методологии / А. В. Карпов [и др.]; науч. ред. Т. Е. Шехтер. - СПб. : СПбГУП, 2004. - 228, [1] с.
47. Шлыкова О. Культура мультимедиа: Учебное пособие. М, 2004.
48. Эстетические ценности предметно-пространственной среды./ Под общ. ред. А.В.Иконникова. – М.: Стройиздат, 1990. – 335 с.: ил.

Карта учебно-методического обеспечения по дисциплине
представлена в приложении Г

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходим компьютерный класс, оборудованный мультимедийными средствами для демонстрации лекций-презентаций и презентаций сообщений, индивидуальных заданий.

Приложения

Приложение А

Пример заданий в тестовой форме для рубежного контроля

1. Стиль это:

- *Однообразие;*
- *Натурализм;*
- *Целостность содержания и формы;*
- *Мода.*

2. Первые дизайнеры появились в среде:

- *Модельеров;*
- *Архитекторов, художников-декораторов, графиков и инженеров;*
- *Театральных художников;*
- *Строителей.*

3. Раймонд Лоуи(1893-1986г.) его по праву называют:

- *Создателем модной индустрии;*
- *Отцом коммерческого дизайна;*
- *Создателем индустрии развлечений;*
- *Создателем торговли.*

4. Как называлась женская длинная накидка без рукавов, названная так по имени французского актера:

- *тапа;*
- *таларис;*

- тальма;
- таруп.

5. В каком веке был изобретен рукав реглан:

- 18;
- 17;
- 19;
- 20.

Приложение Б

Технологическая карта дисциплины «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии»

Направление 51.03.01 «КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

Трудоемкость дисциплины 3 ЗЕ = 50 б.*3=150 баллов.

Недели, семестра №	Аудиторный контроль теоретических знаний (в баллах)	Работа на практических занятиях (в баллах)	Домашние практические задания. (в баллах)	Оценка по итогам работы студента в семестре (в баллах)	Зачет
1 этап (не менее 38 из 75 баллов)					
1 семестр	0-25	0-15	0-20	0-15	
1					
2			ДЗ 1 (5 б.)		
3		ПР 1 (5 б.)			
4		ПР 2 (5 б.)			
5		ПР 3 (5 б.)			
6			ДЗ 2 (5 б.)		
7	Тест (25 б.)				
8			ДЗ 3 (5 б.)		
9			ДЗ 4 (5 б.)		
2 этап (не менее 75 из 150)					
	0-25	0-25	0-20	0-05	
10		ПР (5 б.)			
11		ПР (5 б.)			
12		ПР (10б.)			
13			ДЗ 5 (10б.)		
14			ДЗ 6 (5 б.)		
15					
16					
17	Тест (25 б.)	ПР 7 (5 б.)			
18			ДЗ 7 (5 б.)		
Сессия					0
ИТОГО	0 – 50	0 – 40	0 – 40	0 – 20	0
итого	Не менее 75 из 150				

Приложение Г
Карта учебно-методического обеспечения
Дисциплины «**Мода и дизайн как объекты культурной индустрии**»,
формы обучения – очной.

Всего часов – 108, из них:

лекций – 18,

практических занятий – 36,

СРС ауд. - 18 ч., СРС внеауд. - 54 ч.,

ДЗ

Для подготовки бакалавров направления 51.03.01 «КУЛЬТУРОЛОГИЯ».

Обеспечивающая кафедра – «Теории, истории и философии культуры»,
семестры – 7

Таблица 1. Обеспечение дисциплины учебными изданиями

<i>Библиографическое описание издания</i>	<i>Вид занятия</i>	<i>Кол. экз. в библ.</i>	<i>Прим.</i>
Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова ; С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. - 3-е изд., стер. - СПб. : Лань : Планета музыки, 2007. - 527, [1] с. - (Учебники для вузов, Специальная литература). - Библиогр.: с. 504-509. - Прил.: с. 510-524. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : (в пер.)	Лекции СРС семинары	2	
Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры:Российский и зарубежный опыт / С.-Петерб.ун-т истории и искусств. - СПб. : Алетей, 2006. - 185,[1]с. : ил. - Библиогр.:с.159-165. - Прил.:с.166-185. - ISBN 5-89329-743-1	Лекции СРС семинары	1	
Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие для вузов. - М. : ЮНИТИ, 2009. - 238,[1]с. : ил. - (Азбука рекламы). - Библиогр.:с.227-229. - Слов.:с.230-234;Прил.:с.235-237. - ISBN 978-5-238-01525-5	Лекции СРС семинары	3	
Лаврентьев А.Н. История дизайна : учеб. пособие для вузов. - М. : Гардарики, 2007. - 303с.,[8]л.ил. : ил. - (Disciplinae). - Библиогр.в конце гл. - ISBN 5-8297-0262-2(в пер.)	Лекции СРС семинары	1	

Таблица 2. Обеспечение дисциплины учебно-методическими изданиями.

<i>Библиографическое описание издания.</i>	<i>Вид занятия</i>	<i>Кол. экз. в Библ.</i>	<i>Прим.</i>
Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. - 4-е изд., испр. и доп. - СПб. : Лань : Планета музыки, 2009. - 541, [1] с. : ил. - (Учебники для вузов, Специальная литература). - Библиогр.: с. 536-539. - Прил.: с. 521-535. - ISBN 978-5-8114-0517-6 : (в пер.) : 454.63. - 454.66, 1500 экз.	Лекции СРС семинары	3	
Тульчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина ; С.-Петербург. фил. гос. ун-та, Высш. шк. экономики. - СПб. : Лань : Планета музыки, 2010. - 381, [1] с. : ил. - (Учебники для вузов, Специальная литература). - Библиогр.: с. 375-379. - Прил.: с. 323-374. - ISBN 978-5-8114-0956-3 : (в пер.) : 392.04, 1500 экз.	Лекции СРС семинары	1	
Ткалич С.К. История дизайна: Эволюция, методология, современные тенденции : учеб. пособие для студентов спец. 052400 - Дизайн : в 2 ч. Ч. 1 : Развитие дизайна в России. Ч. 2 : Европейский дизайн / Моск.гос.ун-т культуры и искусств. - М., 2007. - 190с. : ил. - Библиогр.:с.185-189. - Глоссарий:с.176-178. - ISBN 5-94778-136-0	Лекции СРС семинары	2	

Учебно-методическое обеспечение 100%.

Программа действительна на 2014-2015 учебный год.

Зав. кафедрой

Теории, истории и философии культуры _____ А.А. Кузьмин

СОГЛАСОВАНО

НБ НовГУ: _____

должность

подпись

расшифровка

Приложение Д

Методические рекомендации преподавателю

Дисциплина «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии» изучается студентами в 7 семестре. Знания, умения и навыки, полученные студентами в ходе изучения данной дисциплины, измеряются контролем самостоятельным изучением теоретического материала курса; проверкой решения ситуационных задач; проверкой аналитических обзоров актуальных информационных источников, составленных студентами; контролем за выполнением творческого задания в соответствие с графиком учебного процесса и самостоятельной работы.

Изучение каждого раздела курса «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии» завершается проверкой полученных знаний, умений и навыков в форме теста. Для этой цели проводится интерактивное компьютерное тестирование. Тест готовится преподавателем, читающим лекции, и полностью соответствует содержанию того раздела, по которому проводится контрольное измерение. Тест включает в себя 20 вопросов, выбранных случайным образом, в форме закрытых вопросов, содержащих один или несколько правильных ответов, а также вопросов на дополнение, соответствие и последовательность. Время ответов на тест - 1 минута на 1 вопрос. Количество баллов, набранных студентом по результатам теста, фиксируется преподавателем, читающим лекции.

Итоговый контроль по курсу проходит в форме зачета в 7 семестре. Перед прохождением итогового контроля (зачета) студент обязан пройти аттестацию по всем видам самостоятельной работы, предусмотренной учебным курсом (изучение теоретического материала, сдача аналитического обзора, выполнение творческого задания). Студент, не выполнивший самостоятельные задания и не отчитавшийся об их выполнении по неуважительным причинам, не допускается к прохождению итогового контроля.

Зачет по курсу «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии» проводится в 7 семестре и является формой итогового семестрового контроля. Зачет проводится в устной форме по вопросам. В ходе зачета студенту предлагается 2 вопроса, требующих развернутого устного ответа. Преподаватель, принимающий зачет также может задавать дополнительные вопросы, позволяющие студенту более полно раскрыть материал темы, модуля.

Изучение курса «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии» требует от студентов серьезного знания теоретической базы, поэтому изложение и усвоение лекционного материала чрезвычайно важно и является главной формой изучения дисциплины. Лекционная форма предлагает студенту ориентир в потоке информации в процессе выбора необходимого и полезного. Лекция не только дает глубокие и разносторонние знания, но и максимально способствует воспитанию и развитию студента.

Важнейшим условием освоения учебного курса «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии» является самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа реализуется в следующих формах: самостоятельного изучения теоретического материала, подготовка к написанию реферата, составления аналитических обзоров актуальных источников и выполнения творческого задания.

Итоговая аттестация включает зачет. Зачет проводится в устной форме по вопросам.

Для успешного приобретения знаний, умений и навыков в ходе изучения учебной дисциплины «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии» студент должен освоить определенный объем учебной и научно-исследовательской литературы.

Список дополнительной литературы и список электронных информационных ресурсов должен помочь в освоении учебного курса и выполнении самостоятельной работы, он осваивается не полностью, а избирательно в соответствии с тематикой самостоятельной работы по рекомендации преподавателя, читающего лекции и проводящего итоговую аттестацию.

Рекомендации по использованию информационных технологий

Целесообразно использовать в учебном процессе визуальные материалы по тематике курса, в том числе по отдельным этапам истории художественной культуры. В этой связи возможно использование компьютерной видеотеки (видеофильмы, CD-диски), созданной на кафедре.

Методические рекомендации студентам

Организация самостоятельной работы производится в соответствии с графиком учебного процесса и самостоятельной работы. Самостоятельное освоение теоретического материала включает не только прочтение материала, предложенного преподавателем, читающим лекцию, но и освоение дополнительного материала, позволяющего самостоятельно наращивать объем знаний и навыков. В процессе самостоятельного изучения теоретического материала студенты осваивают литературу из списка основной и дополнительной литературы, представленного в соответствующем разделе данной рабочей программы. Каждый студент должен освоить все вопросы для самостоятельного изучения материала. Результаты самостоятельного изучения теоретического материала представляются студентами преподавателю посредством успешного выполнения творческих заданий, аналитических обзоров, презентаций, тестов.

Самостоятельная работа студентов, изучающих курс «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии», рассматривается как одна из важнейших форм творческой деятельности студентов по освоению информации и материала учебной дисциплины. Самостоятельная работа студентов заключается в освоении материала по содержанию курса в соответствии с предлагаемым списком литературы. Студентам предлагается самостоятельно познакомиться с одним из источников, указанных в списке литературы, или подготовить реферативную работу по проблематике курса. Защита реферативной работы проводится до зачета в виде собеседования с преподавателем по теме работы, либо по прочитанной книге, выбранной для реферирования.

Творческое задание является итоговой работой дисциплины и завершает изучение студентами курса «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии». Творческое задание включает разработку проекта в одной из сфер культурной индустрии. Выполненное творческое задание сдается студентами за одну неделю до начала летней зачетно-экзаменационной сессии в письменном виде. Объем выполненного творческого задания составляет не менее 20 страниц печатного текста. Творческое задание

выполняется на компьютере и печатается на принтере, размер полей со всех сторон – 25 мм., размер шрифта – 14, название шрифта – Times New Roman. При необходимости текст работы сопровождается схемами и графиками, а также снабжается презентацией. Возможно использование иллюстративного материала.

Составление аналитических обзоров актуальных информационных источников предусмотрено в рамках данной дисциплины. Аналитический обзор - сокращенное изложение содержания актуальных информационных источников с основными фактическими сведениями и выводами. Аналитические обзоры могут быть составлены на основании книг, статей, газетных и журнальных публикаций, диссертаций, авторефератов диссертаций, интернет-источников и других источников информации. Составление аналитического обзора дает возможность получить исчерпывающую информацию по актуальной научной проблеме в области культурной индустрии. Поэтому главное требование, предъявляемое к аналитическому обзору – представление информации в сжатом и систематизированном виде.

Работа над аналитическим обзором начинается после того, как изучены основные источники и собран фактический материал. Первым ее шагом является составление плана, в котором определяется последовательность изложения материала. План помогает лучше продумать структуру аналитического обзора, определить, какие разделы оказались перегруженными материалом, где его недостаточно, какие вопросы следует опустить и т.д. Составление плана помогает избежать ошибок в построении текста. Хороший аналитический обзор должен содержать ответы на следующие вопросы: кто совершал, что, где, когда и с какой целью совершалось. В нем должно содержаться как можно больше конкретной информации, имеющейся в исходных информационных материалах. В аналитическом обзоре необходимо акцентировать внимание на самых новых источниках.

В начале аналитического обзора помещается перечень первичных источников информации, на основании которых он составлен. Собственно аналитическому обзору предшествует библиографическое описание информационных источников, послуживших основой для составления обзора в соответствии с требованием ГОСТ 7.1–2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Если аналитический обзор составляется с использованием законодательных, иных нормативных правовых актов, управленческих документов, перед текстом помещается перечень использованных документов с указанием наименования каждого документа, издавшего его органа, заголовка к тексту, даты и регистрационного номера. Аналитический обзор составляется по определенной схеме: тема, предмет (объект), характер и цель работы, метод проведения работы.

Заголовок и сведения, имеющиеся в библиографическом описании, не должны повторяться в тексте. Следует избегать лишних вводных конструкций (автор статьи рассматривает... и т.п.). Исторические справки, если они не составляют основное содержание реферируемого документа, описание ранее опубликованных работ и общеизвестные положения в аналитическом обзоре не приводятся. В начале аналитического обзора следует поместить ключевые слова - элементы информационно-поискового языка. Для этого из текста реферируемого документа выбирают от 5 до 15 слов или словосочетаний, наиболее точно передающих содержание документа. Ключевые слова записывают в именительном падеже прописными буквами в строку через запятые.

Текст аналитического обзора начинается с изложения сути вопроса, затем раскрываются его конкретные или частные стороны. В обзоре может даваться описание

методов выполнения работы. Его целесообразно проводить в том случае, если эти методы представляют особый интерес в рамках темы аналитического обзора. Широко известные методы только называются. Если в аналитическом обзоре приводят конкретные данные, то указывают источники этих данных и характер их получения и обработки. Приводя основные теоретические, экспериментальные, описательные результаты, следует отдавать предпочтение новым и проверенным фактам, результатам долгосрочного значения, открытиям, важным для решения практических вопросов. Если в исходных информационных материалах имеются новые сведения, выходящие за пределы основной темы, о них также можно упомянуть в аналитическом обзоре. Выводы (оценки, предложения), содержащиеся в источниках, также следует отразить в аналитическом обзоре и указать область их применения.

Аналитический обзор должен быть лаконичным и точным. Следует употреблять синтаксические конструкции, свойственные языку реферируемых документов, избегать сложных грамматических конструкций. В аналитическом обзоре следует применять стандартизованную терминологию, избегать непривычных терминов и символов, а если без них обойтись нельзя, разъяснять их значения при первом упоминании в тексте. Термины, отдельные слова и словосочетания, названия организаций и должностей допускается заменять официально принятыми аббревиатурами и общепринятыми текстовыми сокращениями, смысл которых понятен из контекста. Допускается включать в аналитический обзор иллюстрации и таблицы, если они помогают раскрыть содержание документа и сокращают объем текста.

Если реферируется источник на иностранном языке, фамилии, названия учреждений, организаций, фирм, названия изделий и другие имена собственные в тексте аналитического обзора приводят на языке оригинала. В аналитический обзор можно включать и иные сведения, представляющие интерес. Объем аналитического обзора определяется содержанием документа, количеством сведений и их научной ценностью или практическим значением.

В ходе изучения дисциплины «Мода и дизайн как объекты культурной индустрии» студентам предлагается составить аналитические обзоры по темам: «Мода XX века и современный художественный процесс»; «Арт-дизайн и рынок изобразительного искусства» с использованием информационных источников за последние 3 года. Тема аналитического обзора выдается преподавателем, читающим лекции, в начале семестра, тогда же устанавливается срок сдачи аналитических обзоров студентами. Объем информационных источников для аналитического обзора – не менее 20, объем аналитического обзора – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист и введение. Аналитический обзор выполняется на компьютере и печатается на принтере, размер полей со всех сторон – 25 мм., размер шрифта – 14, название шрифта – Times New Roman.

Лист внесения изменений

Номер изменения	Номер и дата распорядительного документа о внесении изменений	Дата внесения изменения	ФИО лица, внесшего изменение	Подпись
№1	Изменение....., заседание , Протокол №			