

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 26.02.2024 16:37:09

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор  С.С. Юров

«22» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.01 БИЗНЕС-ПРАКТИКА

(факультативная дисциплина)

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; проектный

Направленность (профиль):

Коммуникационный дизайн


Форма обучения:

очная

Москва – 2024

Разработчик (и): Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».


«12» февраля 2024 г.


_____ /В.С. Матюшкин /
(подпись)

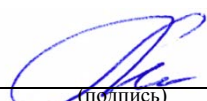
Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1015 от 13.08.2020г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


_____ /Н.Е. Козырева /
(подпись)

Заведующий кафедрой разработчика РПД


_____ / Е.С. Мальцева /
(подпись)

Протокол заседания кафедры №7 от «20» февраля 2024 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у будущих специалистов системы практических навыков в организации и реализации проектной деятельности.

Задачи:

- получение системного представления об управлении проектами и проектной деятельности;
- выработка умения поиска новых рыночных возможностей для бизнеса, продукта или услуги;
- выработка умения формулировать и обосновывать идеи для продвижения бизнеса, продукта или услуги;
- овладение навыками разработки и защиты бизнес-плана и маркетинговой стратегии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Факультативные дисциплины.

Осваивается: 1 - 6 семестры.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1 - способен осуществлять управленческую деятельность и руководство бизнес-процессами;

ПК-3 - способен управлять показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта;

ПК-4 - способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК-6 - способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного дизайн-проекта в сфере визуальной информации, идентификации и коммуникации.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять управленческую деятельность и руководство	ПК-1.1. Способность использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных	Знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой Умеет: использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения

<p>бизнес-процессами</p>	<p>ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p>	<p>конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой Владеет: навыком использования при осуществлении профессиональной деятельности теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p>
<p>ПК-3 Способен управлять показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта</p>	<p>ПК-3.2. Создание требований, выработка ключевых решений и организация программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p>	<p>Знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта Умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта Владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p>
<p>ПК-4 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;</p>	<p>ПК-4.2. Эффективно применяет современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p>	<p>Знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта Умеет: применять современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта Владеет: навыком применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p>
<p>ПК-6 Способен принимать участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного дизайн-проекта в сфере визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>ПК-6.1. Способен планировать и организовывать работы по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Знает: методологию планирования и организации работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: планировать и организовывать работы по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеет: навыком планирования и организации работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Бизнес-практика» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 6 зачетных единиц (216 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
Аудиторные занятия	108
<i>в том числе:</i>	
Лекции	-
Практические занятия	108
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	108
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Зачет – 1,3,5 семестры Зачет с оценкой – 2,4,6 семестры
Трудоемкость (час.)	-
Общая трудоемкость з.е. / часов	6 з.е. / 216 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
		1 семестр			
1	Методики и правила проведения кабинетных и полевых рыночных исследований	-	9	-	9
2	Деловое общение и работа в рамках проектных команд	-	9	-	9
	<i>Итого за 1 семестр</i>	-	18	-	18
	<i>Форма контроля</i>	зачёт			
	<i>Всего часов за семестр</i>	36 / 1 з.е.			
		2 семестр			

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
4	Командообразование и мотивация участников проектной работы	-	9	-	9
<i>Итого за 2 семестр</i>		-	18	-	18
<i>Форма контроля</i>		<i>зачёт с оценкой</i>			
<i>Всего часов за семестр</i>		<i>36 / 1 з.е.</i>			
3 семестр					
5	Разработка концепции нового бизнеса, товара или услуги	-	9	-	9
6	Подбор персонала в проектную команду, управление проектом и продюсирование	-	9	-	9
<i>Итого за 3 семестр</i>		-	18	-	18
<i>Форма контроля</i>		<i>зачёт</i>			
<i>Всего часов за семестр</i>		<i>36 / 1 з.е.</i>			
4 семестр					
7	Разработка стратегии продвижения на рынок инновационного продукта или услуги	-	9	-	9
8	Презентация проекта перед заказчиком или инвестором	-	9	-	9
<i>Итого за 4 семестр</i>		-	18	-	18
<i>Форма контроля</i>		<i>зачёт с оценкой</i>			
<i>Всего часов за семестр</i>		<i>36 / 1 з.е.</i>			
5 семестр					
9	Лидерство и стили управления	-	9	-	9
10	Наставничество и формирование коллектива последователей	-	9	-	9
<i>Итого за 5 семестр</i>		-	18	-	18
<i>Форма контроля</i>		<i>зачёт</i>			
<i>Всего часов за семестр</i>		<i>36 / 1 з.е.</i>			
6 семестр					
11	Оценка эффективности инвестиционного проекта	-	9	-	9
12	Контроллинг бизнес-процессов	-	9	-	9
<i>Итого за 6 семестр</i>		-	18	-	18
<i>Форма контроля</i>		<i>зачёт с оценкой</i>			
<i>Всего часов за семестр</i>		<i>36 / 1 з.е.</i>			
Итого по дисциплине (часов)		-	108	-	108
Итого часов по формам контроля		-			
Всего по дисциплине		216 / 6 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Методики и правила проведения кабинетных и полевых рыночных исследований

Методы и правила проведения кабинетного исследования. Правила использования информации из открытых источников в том числе в интернете. Методы проведения интервью и анкетирования. Ресурсы в интернете, позволяющие проводить количественные соц опросы.

Тема 2. Деловое общение и работа в рамках проектных команд

Проектная деятельность в организации. Проекты и программы как инструмент реализации стратегии компании. Классификация проектов. Жизненный цикл проекта. Принципы формирования организационной структуры проекта. Типы организационных структур проекта. Функциональная, проектная и матричная структуры. Достоинства и недостатки. Конфликт интересов в матричной структуре и пути его минимизации.

Тема 3. Организация исследовательского процесса и обработка данных

Методы количественных и качественных исследований. Эксперимент в маркетинге как способ установления причинно-следственных связей. Методики сбора и обработки данных в исследованиях. Арифметическое среднее и медиана. Корреляционные исследования и выводы на их основе.

Тема 4. Командообразование и мотивация участников проектной работы

Стадии образования команды: формирование, шторм, нормирование, деятельность. Особенности протекания каждой стадии, возможные конфликты и способы их урегулирования. Активисты, мыслители и заботливые. Тест Белбина и его концепция ролей в команде. Характеристики эффективных команд.

Тема 5. Разработка концепции нового бизнеса, товара или услуги

Как найти свободную нишу и уйти от конкуренции. Как снизить издержки и избавиться от «ненужных» затрат. Как повысить спрос и создать новую «кривую ценности» клиента. Ассортиментная политика организации. Разработка и внедрение новой продукции. Рыночная атрибутика товара. Ценовая политика организации. Ценовая стратегия организации. Выбор метода ценообразования. Ценовая тактика организации.

Тема 6. Подбор персонала в проектную команду, управление проектом и продюсирование

Технология подбора и отбора персонала. Сервисы удаленного подбора кадров и удаленного управления проектной деятельностью. Диаграмма Ганта и планирование рабочего времени участников команд.

Тема 7. Разработка стратегии продвижения на рынок инновационного продукта или услуги

Разработка стратегии в отношении нового продукта; генерация идеи нового продукта; первичный отбор идей; бизнес-анализ; разработка непосредственно продукта; тестирование продукта на рынке; коммерциализация. Сущность процесса позиционирования бренда. Стратегические подходы к позиционированию. Виды позиционирования. Регламентация

Тема 8. Презентация проекта перед заказчиком или инвестором

Определение потребности в инвестициях и источников их финансирования. Содержание инвестиционного проекта. Техничко-экономическое обоснование. Экспертиза.

Планирование осуществления проекта. Определение долговечности проекта. Техники оформления презентаций.

Тема 9. Лидерство и стили управления.

Основные теории лидерства. Стили лидерства и управления: авторитарное, демократическое и либеральное. Психология харизмы и влияния на людей. Групповой конформизм и причины неподчинения.

Тема 10. Наставничество и формирование коллектива последователей

Основы коучинга и наставничества. Диагностика потребности в обучении. Формирование потребности в обучении. Технологии проведения тренингов. Технологии передачи ценностей последователям.

Тема 11. Оценка эффективности инвестиционного проекта

Информационные источники оценки эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки коммерческой эффективности проекта. Бухгалтерский и экономический подходы к финансовой оценке проекта. Оценка социально-экономической эффективности проекта. Оценка бюджетной эффективности проекта.

Тема 12. Контроллинг бизнес-процессов

Мониторинг и корректировка действий, связанных с планированием и реализацией инвестиционного проекта. Контроль стратегических решений, тактических мероприятий и оперативной деятельности. Контроль восприятия покупателями имиджа нового продукта, эффективности системы маркетинговых коммуникаций и общих затрат на проект.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Арустамов Э.А. Основы бизнеса: учебник. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=375802
2. Афонасова М.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.А. Афонасова. – Томск: Эль Контнт, 2012.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=208641
3. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов вузов. / [В.З. Черняк и др.]; под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 591с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114751
4. Комаров А.Е. Совершенствование разработки бизнес-плана. – М.: Лаборатория Книги, 2012. – 116с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=142393
5. Степочкина Е.А. Бизнес-планирование: учебное пособие – М.: Директ-Медиа, 2014. – 81с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=226096

6. Стрелкова Л.В. Внутрифирменное планирование-учеб. пособие для студентов вузов/ Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.- 367с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114539
7. Учитель Ю.Г. Разработка управленческих решений: учебник для студентов вузов /Ю.Г. Учитель, А.И. Терновой, К.И. Терновой. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.- 383с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117136

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/>- университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.hr-life.ru> - HR-Life.ru - специализированный ресурс для менеджеров по персоналу и руководителей
10. www.aup.ru - административно-управленческий портал. Бизнес-портал предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий.
11. <https://hbr-russia.ru/karera/kommunikatsii> - информационно-аналитические статьи, посвященные коммуникациям в организации журнала «Harvard Business Review»

- (издаётся с 1922 года Гарвардской школой бизнеса) - ежемесячного научно-популярного журнала, посвящённому различным вопросам управления бизнесом
12. www.market-agency.ru - база данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет"
 13. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж
 14. <http://www.marketing.spb.ru/> - Энциклопедия маркетинга
 15. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals одной из самых крупных исследовательской ассоциации в области маркетинга
 16. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России- ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России.
 17. <http://bizee.ru/> - сайт о бизнесе, маркетинге, заработке и продажах. Содержит в себе обзоры актуальных новостей, бизнес-литературы, интервью с успешными предпринимателями и советы по ведению бизнеса.
 18. <https://www.minfin.ru/ru/statistics/> - база данных о финансово-экономических показателях Российской Федерации сформированная на основе данных Минфина России, Федерального казначейства, Федеральной таможенной службы, Федеральной службы государственной статистики, Федеральной налоговой службы и Центрального Банка Российской Федерации Информация официального сайта Министерства финансов Российской Федерации
 19. https://www.gd.ru/subscribe/doc/?from_mainmenu – образцы документов для разработки бизнес-плана. Сайт журнала «Генеральный директор»

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 423

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.
- в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

ФТД.01 БИЗНЕС-ПРАКТИКА

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:
организационно-управленческий; проектный

Направленность (профиль):
Коммуникационный дизайн

Форма обучения:
очная

Москва – 2024

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p>ПК-1 Способен осуществлять управленческую деятельность и руководство бизнес-процессами</p>	<p>ПК-1.1. Способность использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p>	<p>Знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой Умеет: использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой Владеет: навыком использования при осуществлении профессиональной деятельности теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p>
<p>ПК-3 Способен управлять показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта</p>	<p>ПК-3.2. Создание требований, выработка ключевых решений и организация программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p>	<p>Знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта Умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта Владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p>
<p>ПК-4 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;</p>	<p>ПК-4.2. Эффективно применяет современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p>	<p>Знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта Умеет: применять современные технические средства и цифровые платформы на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта Владеет: навыком применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p>
<p>ПК-6 Способен принимать участие</p>	<p>ПК-6.1. Способен планировать и</p>	<p>Знает: методологию планирования и организации работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем</p>

в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного дизайн-проекта в сфере визуальной информации, идентификации и коммуникации	организовывать работы по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: планировать и организовывать работы по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации Владеет: навыком планирования и организации работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
--	---	--

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p>Не знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p> <p>Не умеет: использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p> <p>Не владеет: навыком использования при осуществлении профессиональной деятельности теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p>	<p>В целом знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком использования при осуществлении профессиональной деятельности теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Умеет: использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком использования при осуществлении профессиональной деятельности теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления</p>	<p>Знает: теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p> <p>Умеет: использовать теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p> <p>Владеет: навыком использования при осуществлении профессиональной деятельности теории мотивации, лидерства и методы разрешения конфликтных ситуаций в процессе создания и управления творческой командой</p>

		творческой командой, но иногда испытывает затруднения	
<p>Не знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p> <p>Не умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p> <p>Не владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p>	<p>В целом знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p>	<p>Знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p> <p>Умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p> <p>Владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-продукта</p>
<p>Не знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> <p>Не умеет: применять современные технические средства и цифровые</p>	<p>В целом знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: применять современные</p>	<p>Знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: применять современные технические средства</p>	<p>Знает: способы применения современных технических средств и цифровых платформ на всех этапах создания и продвижения дизайн-продукта</p> <p>Умеет: применять современные технические средства и цифровые</p>

Оценочные средства

Промежуточная аттестация

Примерные темы проектных работ к зачёту:

Вариант 1.

1. Маркетинговые исследования на рынке fmcg – продуктов
2. Участие в работе проектной исследовательской команды

Поставленные задачи:

1. Получив проектное задание, в первую очередь проведите всестороннее исследование объекта и предмета задания. Исследования бывают следующих видов:
 - a. Кабинетные (работа с источниками информации, либо полученными от заказчика проекта, либо размещенными в свободном доступе с Интернете)
 - b. Полевые (опросные исследования, в том числе потребителей, а также наблюдения, в том числе за полкой в магазине либо за работой сотрудников заказчика)
2. Проанализируйте свои контакты с партнерами по команде, оцените их эффективность. Подготовьте запрос на прохождение тренингов по деловым коммуникациям, если обнаружили в своих коммуникациях неразрешимые проблемы

Вариант 2.

1. Маркетинговые исследования на рынке недвижимости
2. Руководство проектной исследовательской командой

Поставленные задачи:

1. Организуйте исследование объекта и предмета задания. После сбора данных в ходе исследования, проведите их анализ методами статистической обработки, а также с помощью экспертной оценки. Важно расставить приоритеты, отделить важную информацию от второстепенной. В итоге составить краткие выводы по исследовательскому этапу с рекомендациями на дальнейшее их использование.
2. На всех этапах решайте проблемы мотивации персонала проекта - мониторьте уровень мотивации персонала и планируйте проведение мотивирующих мероприятий (тренингов) с учетом индивидуальных особенностей каждого.
3. Занимайтесь командообразованием – оценивайте уровень сплоченности коллектива и подбирайте мероприятия по повышению сплоченности и сыгранности.

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 2 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

- Защита проекта – оценивание производится по пятибалльной шкале оценивания

Вариант 3.

1. Разработка новых SKU на рынке fmcg – продуктов
2. Подбор в проектную команду по разработке новых SKU

Поставленные задачи:

1. В соответствии с проектным заданием спланируйте и реализуйте этап разработки нового продукта (услуги и т.п.). Используйте различные методики стимулирования креативного мышления, такие как мозговой штурм.
2. Получив задание по проектной работе подберите команду из числа студентов разных профилей, заранее учитывая необходимые для выполнения проекта компетенции
3. Рассчитайте экономическую составляющую вашего проекта, оцените все идеи с точки зрения их реализуемости и потенциальной выгоды для заказчика
4. Разработайте систему оценки эффективности распределения членов команды по ролям, применяйте эту систему на протяжении всей работы и корректируйте по мере необходимости
5. Спланируйте работу проектной группы над проектом. Длинное планирование на протяжении всего семестра. А также короткое планирование по каждому этапу. Используйте диаграмму Ганта

Примерные темы проектных работ к зачёту с оценкой:

Вариант 1.

1. Разработка стратегии продвижения нового SKU на рынке fmcg – продуктов
2. Подготовка презентации разработанного SKU и защита перед заказчиком

Поставленные задачи:

1. Разработайте план работы над проектом. Оцените исполнение плана и его корректировки в процессе работы
2. При подготовке к защите выполненных работ по каждому этапу составьте и оформите презентацию, раздаточные материалы. Отрепетируйте выступление и ответы на возможные возражения, замечания, вопросы.
3. Разработайте стратегию маркетинга для нового продукта (услуги и т.п.). В стратегию продвижения входит:
 - a. Цена и система скидок
 - b. Каналы сбыта и цепочки поставок
 - c. Коммуникационная поддержка выхода на рынок

Вариант 2.

1. Формирование команды единомышленников для разработки проекта нового бизнеса
2. Диагностика потребности в обучении и развитии команды

Поставленные задачи:

1. В процессе над проектом вам нужно освоить тайм-менеджмент – научиться управлять временем работы каждого члена команды и контролировать соблюдение сроков сдачи работ каждого этапа. Освойте бесплатную версию программы Мегатлан (на 10 человек) и используйте ее для решения данной задачи.

2. По итогам проекта вам предстоит написать отчета по эффективному использованию рабочего времени – проанализируйте потраченное время каждым членом команды и оцените эффективность его загруженности.
3. В процессе работы над проектом освойте навык продюсирования проекта – решайте текущие проблем с кадровым составом проекта: проблемы цейтнотов, форс-мажоров, замены из-за болезни и привлечение аутсорса
4. Управляйте качеством работы команды – оценивайте качество исполнения ролей каждым членом команд и подбирайте обучающие мероприятия: консультации и тренинги

Вариант 3.

1. Оценка социально-экономической эффективности инновационного проекта.
2. Контроль восприятия покупателями имиджа нового продукта, эффективности системы маркетинговых коммуникаций и общих затрат на проект.

Поставленные задачи:

1. Методические схемы расчетов экономического эффекта позволяют определить принципиальные положения выбора наилучшего варианта реализации инновационного проекта. На этапе технико-экономического обоснования они сводятся к следующему:
 - a. Из всех потенциально возможных отберите варианты, каждый из которых удовлетворял бы всем заранее заданным ограничениям: социальным нормативам и стандартам, экологическим требованиям, срокам реализации.
 - b. По каждому из выбранных вариантов определите затраты, результаты и экономический эффект.
2. Для исследования потребительского восприятия применяются два вида тестов фокус-групп: pre-test и post-test:
 - a. Продемонстрируйте различные инструменты в рамках продвижения какого-либо продукта.
 - b. После демонстрации обсудите плюсы или минусы каждого из инструментов.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

Оценка за выполненный проект проводится матричным методом:

Критерии оценки защиты проекта	БАЛЛЫ
Значимость и актуальность выдвинутых проблем	0-5 баллов
Корректность используемых методов исследования и методов обработки получаемых результатов	0-5 баллов
Активность студента как участника проекта в соответствии с его индивидуальными возможностями	0-5 баллов
Коллективный характер принимаемых решений	0-5 баллов
Характер общения, взаимопомощи и взаимодополняемости студента в команде проекта	0-5 баллов
Необходимая и достаточная глубина проникновения в проблему, привлечение знаний из других областей	0-5 баллов
Доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы	0-5 баллов
Эстетика оформления результатов выполненного проекта: использование	0-5 баллов

обоснованно необходимого иллюстративного материала; аккуратность выполненных работ (текстового и иллюстративного материала); оригинальность	
Умение отвечать на вопросы оппонентов: студент приводит доказательства (факты, данные), не прозвучавшие во время защиты проекта, использует материал группы для подкрепления аргументов, приводит анализ альтернативных точек зрения; кратко, но доказательно отвечает на вопросы; задает встречные вопросы для уточнения	0-5 баллов
Доказательность принимаемых решений: объяснение прогнозируемой эффективности предлагаемых способов, умение выстроить доказательства в логической последовательности, умение аргументировать свои заключения, выводы	0-5 баллов
Итоговая оценка	0-50 баллов

Оценка за выполненный проект формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 38 - 50 баллов;
- оценка «хорошо» - 25 - 37 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 12 - 24 баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - 0 - 11 баллов.

Оценка за выполненный проект по шкале «зачтено» / «не зачтено» формируется следующим образом:

- «зачтено» - 12 - 50 баллов;
- «не зачтено» - 0 – 11 баллов.

Разработчик (и): Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол №7 от 20.02.2024 г.).