

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 29.04.2021 14:44:46

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

Б1.В.01 «ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»

Для направления подготовки:

54.03.01 “Дизайн”

(уровень бакалавриата)

Программа прикладного бакалавриата

Виды профессиональной деятельности:

Организационно-управленческая

Проектная

Профиль:

Менеджмент в дизайн-бизнесе

Форма обучения:

(очная, очно-заочная)

Москва – 2020

Разработчик (и): Филин Виталий Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«04» марта 2020 г.



(подпись)

/В.Ю. Филин /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1004 от 11.08.2016г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД



(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 7 от «06» марта 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля) и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. Наименование дисциплины (модуля) и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Введение в профессию» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн». Преподавание этой дисциплины осуществляется на первом курсе, в первом семестре. Дисциплина «Введение в профессию» является необходимым элементом профессиональной подготовки менеджеров в сфере дизайна.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются. Дисциплина «Введение в профессию» предшествует изучению следующих дисциплин: «Основы бизнеса в графическом дизайне», «Основы бизнеса в архитектурном и средовом дизайне», «Основы бизнеса в цифровом дизайне», «Основы бизнеса в fashion-индустрии».

Цель дисциплины – приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков в области управленческой деятельности в дизайн-бизнесе на всех уровнях создания конкурентного преимущества.

Задачи дисциплины:

- формирование представлений о специфике предпринимательской деятельности в творческой среде;
- формирование представлений об основах менеджмента в дизайн-бизнесе;
- формирование умений и навыков в области операционного, тактического и стратегического управления в дизайн-бизнесе;
- формирование умений и навыков управления творческим коллективом в дизайн-бизнесе.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», квалификация (степень) «бакалавр».

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий (ОПК-7);
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативных правовых актов (ПК-11).

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
ОПК-7 Способность осуществлять поиск, хранение, обработку и	<u>Знать:</u> – основные методы поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации из различных источников и баз данных;

<p>анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий</p>	<ul style="list-style-type: none"> - методы использования компьютера и глобальных сетей для подготовки обзоров, отчетов и научных публикаций <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных; - представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практического использования информационных систем и баз данных; - навыками оптимизации работы информационных систем и баз данных
<p>ПК-11 Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативных правовых актов</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы менеджмента, показатели эффективности деятельности трудового коллектива; - содержание процесса управления на основе нормативных правовых актов; - методы и средства руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - руководить коллективом или группой специалистов в сфере своей профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативно-правовых актов; - работать в команде и индивидуально, быть коммуникативным и толерантным; - принимать управленческие решения в сфере своей профессиональной деятельности <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности; - навыками организации управленческой деятельности на основе нормативных правовых актов; - способностью оценивать последствия принимаемых управленческих решений, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Формы контроля:

- *текущий контроль успеваемости (ТКУ)* для проверки знаний, умений и навыков студентов может проводиться в форме контрольной работы, содержащей открытые вопросы, тестовые задания и задачи по темам учебной дисциплины, подготовки студентами презентаций, в ходе проведения деловых игр, дискуссий;
- *промежуточная аттестация (ПА)* – проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу

обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

В процессе освоения дисциплины «Введение в профессию» используются как классические методы обучения (лекция), так и различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств обучающихся и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

В рамках данного курса используются такие активные формы работы, как:

активные формы обучения:

- практические занятия;

интерактивные формы обучения:

- ситуационный анализ

Общая трудоемкость дисциплины «Введение в профессию» для всех форм обучения реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
Аудиторные занятия (всего)	54	18
В том числе:		
Лекции	18	8
Практические занятия	36	10
Семинары	х	х
Лабораторные работы	х	х
Самостоятельная работа (всего)	27	63
Промежуточная аттестация, в том числе:		
Вид	Экзамен – 1 семестр	Экзамен – 1 семестр
Трудоемкость (час.)	27	27
Общая трудоемкость ЗЕТ / часов	3 ЗЕТ / 108 часов	3 ЗЕТ / 108 часов

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА	
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии			Тренинг
Очная форма										
Первый этап формирования компетенции										
Тема 1. Дизайн как бизнес	3	4		3	2				ОПК-7 ПК-11	

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА	
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии			Тренинг
Тема 2. Основы менеджмента в дизайн-бизнесе	3	5		3	2				ОПК-7 ПК-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Контрольная работа/ тест</i>
Второй этап формирования компетенции										
Тема 3. Операционное управление в дизайн-бизнесе	3	4		3	2				ОПК-7 ПК-11	
Тема 4. Тактическое управление в дизайн-бизнесе	3	5		3	2				ОПК-7 ПК-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Кейс</i>
Третий этап формирования компетенции										
Тема 5. Стратегическое управление в дизайн-бизнесе	3	4		3	2				ОПК-7 ПК-11	
Тема 6. Управление творческим коллективом в дизайн-бизнесе	3	5		3	2				ОПК-7 ПК-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Контрольная работа/ тест</i>
Всего:	18	27		24	12					
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	108									Экзамен, 27 часов
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	3									
Очно-заочная форма										
Первый этап формирования компетенции										
Тема 1. Дизайн как бизнес	1	9		1					ОПК-7 ПК-11	
Тема 2. Основы менеджмента в дизайн-бизнесе	2	9		1					ОПК-7 ПК-11	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>		2								<i>Контрольная работа/ тест</i>
Второй этап формирования компетенции										
Тема 3. Операционное управление в дизайн-бизнесе	1	10		2	1				ОПК-7 ПК-11	
Тема 4. Тактическое управление в дизайн-бизнесе	1	10		1					ОПК-7 ПК-11	

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия				
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии		
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>		2							<i>Кейс</i>
Третий этап формирования компетенции									
Тема 5. Стратегическое управление в дизайн-бизнесе	2	10		2	1				ОПК-7 ПК-11
Тема 6. Управление творческим коллективом в дизайн-бизнесе	1	9		1					ОПК-7 ПК-11
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>		2							<i>Контрольная работа/ тест</i>
Всего:	8	63		8	2				
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	108								Экзамен, 27 часов
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	3								

Содержание тем учебной дисциплины

Тема 1. Дизайн как бизнес

Понятие дизайна как бизнеса. Предпосылки объединения сфер дизайна и бизнеса. Специфика предпринимательской деятельности в творческой среде. Нишевые идеи в сфере дизайна. Графический дизайн. Цифровой дизайн. Средовой дизайн. Модный дизайн. Особенности деятельности дизайн-бюро, архитектурных бюро, модных домов, рекламных и брендинговых агентств, геймдизайн-студий и т.д.

Тема 2. Основы менеджмента в дизайн-бизнесе

Менеджмент в дизайн-бизнесе как связующее звено между дизайн-мышлением, технологией, бренд-менеджментом, маркетингом и корпоративным управлением. Основные функции менеджмента в дизайн-бизнесе. Согласование дизайн-стратегии, стратегии бизнеса и бренд-стратегии. Управление качеством результатов дизайна. Повышение потребительских качеств и усиление конкурентоспособности.

Тема 3. Операционное управление в дизайн-бизнесе

Достижение задач, поставленных на уровне стратегического управления. Управление отдельными проектами и командами в сфере дизайна. Контроль над документацией. Оценка процессов и результатов дизайна. Измерение качества оперативных результатов управления. Построение бренда путем последовательного принятия и внедрения наиболее соответствующих дизайн-решений.

Тема 4. Тактическое управление в дизайн-бизнесе

Сокращение разрыва между стратегическими целями и их реализацией на операционном уровне. Организация дизайн-ресурсов и процессов производства.

Формирование структуры дизайна в компании. Координация отдельных дизайн-проектов. Выстраивание внутренних ресурсов и компетенций для реализации проектов. Разработка мероприятий, направленных на развитие дизайн-навыков и компетенций.

Тема 5. Стратегическое управление в дизайн-бизнесе

Разработка и внедрение корпоративной стратегии дизайна. Влияние на корпоративное видение, миссию и позиционирование дизайна в компании. Разработка бренда и стратегии продукта. Создание взаимосвязи между стратегией дизайна, бизнес-стратегией и потребностями корпоративного управления. Усиление конкурентных преимуществ и отличительных черт продукта и компании.

Тема 6. Управление творческим коллективом в дизайн-бизнесе

Творческий ресурс компании в сфере дизайна. Штатные сотрудники, лояльные аутсорсеры, команда под проект. Особенности управления творческим коллективом в дизайн-бизнесе. Отбор и собеседования дизайнеров. Система грейдов и мотивации. Ошибки при мотивации творческой личности. Прокачка дизайнеров, методы борьбы с перегоранием. Управление удаленной командой.

Практические занятия

№ п/п	№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
1.	Тема 1. Дизайн как бизнес	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие дизайна как бизнеса. 2. Предпосылки объединения сфер дизайна и бизнеса. 3. Специфика предпринимательской деятельности в творческой среде. 4. Нишевые идеи в сфере дизайна. 	Ситуационный анализ
2.	Тема 2. Основы менеджмента в дизайн-бизнесе	<ol style="list-style-type: none"> 1. Менеджмент в дизайн-бизнесе как связующее звено между дизайн-мышлением, технологией, бренд-менеджментом, маркетингом и корпоративным управлением. 2. Основные функции менеджмента в дизайн-бизнесе. 3. Согласование дизайн-стратегии, стратегии бизнеса и бренд-стратегии. 4. Управление качеством результатов дизайна. 	Ситуационный анализ
3.	Тема 3. Операционное управление в дизайн-бизнесе	<ol style="list-style-type: none"> 1. Достижение задач, поставленных на уровне стратегического управления. 2. Управление отдельными проектами и командами в сфере дизайна. 3. Контроль над документацией. 4. Оценка процессов и результатов дизайна. 	Ситуационный анализ
4.	Тема 4. Тактическое управление в дизайн-бизнесе	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация дизайн-ресурсов и процессов производства. 2. Формирование структуры дизайна в компании. 3. Выстраивание внутренних ресурсов и компетенций для реализации проектов. 4. Разработка мероприятий, направленных на развитие дизайн-навыков и компетенций. 	Ситуационный анализ
5.	Тема 5. Стратегическое	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка и внедрение корпоративной стратегии дизайна. 	Ситуационный анализ

	управление в дизайн-бизнесе	2. Влияние на корпоративное видение, миссию и позиционирование дизайна в компании. 3. Разработка бренда и стратегии продукта. 4. Создание взаимосвязи между стратегией дизайна, бизнес-стратегией и потребностями корпоративного управления.	
6.	Тема 6. Управление творческим коллективом в дизайн-бизнесе	1. Творческий ресурс компании в сфере дизайна. 2. Особенности управления творческим коллективом в дизайн-бизнесе. 3. Отбор и собеседования дизайнеров. 4. Управление удаленной командой.	Ситуационный анализ

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» используются учебно-методические пособия разработанные преподавателями вуза, а также учебная литература по дисциплине «Введение в профессию», размещенная в электронной библиотечной системе biblioclub.ru и библиотеке Института.

1. Арт-менеджмент / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др.; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2016.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=496978
2. Кондакова Ю. В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие - Екатеринбург: Архитектон, 2016.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=455455
3. Старов С. А. Управление брендами: учебник - Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента, 2008.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=458118
4. Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление: учебное пособие - Москва: Юнити, 2015.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=446441

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В учебной дисциплине компетенции ОПК-7, ПК-11 формируются в 1 семестре на первом этапе освоения образовательной программы (ОПОП).

В рамках учебной дисциплины «Введение в профессию» выделяются три этапа формирования указанных компетенций в результате последовательного изучения содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает формирование компонентов компетенций с использованием различных форм контактной (аудиторной) и самостоятельной работы:

Компоненты компетенции «знать» формируются преимущественно на занятиях лекционного типа и самостоятельной работы обучающихся с учебной литературой

Компоненты компетенции «уметь» и «владеть» формируются преимущественно на практических занятиях

Результат текущей аттестации обучающихся на этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Таблица 6.1 Этапы и планируемые результаты освоения компетенций в процессе изучения учебной дисциплины

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции, осваиваемые на каждом этапе		
		Знать	Уметь	Владеть
ОПК-7 Способность осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий	Этап 1: Темы: 1-2	основные методы поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации из различных источников и баз данных	осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных	навыками практического использования информационных систем и баз данных
	Этап 2: Темы: 3-4	методы использования компьютера и глобальных сетей для подготовки обзоров, отчетов и научных публикаций	представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий	навыками оптимизации работы информационных систем и баз данных
	Этап 3: Темы: 5-6	номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации	определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять	навыком обработки и анализа выбранной информации; навыками грамотного оформления результатов поиска информации

			наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска	
ПК-11 Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативных правовых актов	Этап 1: Темы: 1-2	основные принципы менеджмента, показатели эффективности деятельности трудового коллектива, содержание процесса управления на основе нормативных правовых актов	руководить коллективом или группой специалистов в сфере своей профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативно-правовых актов	навыками руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности
	Этап 2: Темы: 3-4	методы и средства руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности; социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	работать в команде и индивидуально, быть коммуникативным и толерантным	навыками организации управленческой деятельности на основе нормативных правовых актов
	Этап 3: Темы: 5-6	особенности управления творческим коллективом в дизайн-бизнесе	принимать управленческие решения в сфере своей профессиональной деятельности	способностью оценивать последствия принимаемых управленческих решений, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения учебной дисциплины представлены в таблице 6.2

Таблица 6.2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этапы	РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ ОПК-7, ПК-11 (описание результатов представлено в таблице 1)	КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю) <i>(критерии и показатели определены соответствующими картами компетенций, при этом пользуются традиционной системой оценивания)</i>				Контрольные задания, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций
		2 (неуд)	3 (уд)	4 (хор)	5 (отл)	
1 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Контрольная работа в форме теста
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	
2 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Кейс
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	
3 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Контрольная работа в форме теста
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	

Изучение дисциплины заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме экзамена

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 1 этап формирования компетенций

Пример теста

1. Какую деятельность принято называть дизайном:
 - а) проектную;
 - б) организационную;
 - в) изобразительную;
 - г) художественную.

2. Графический дизайн это:
 - а) художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды;
 - б) деятельность художников по созданию рекламной, книжной, журнальной и др. видов полиграфии;
 - в) способ гармонизации виртуального пространства с помощью компьютерных программ;
 - г) оформительская художественная деятельность, направленная на гармонизацию окружающей среды.

3. Архитектурный дизайн это:
 - а) адаптация архитектурной среды к потребностям человека;
 - б) проектирование объектов архитектуры;
 - в) расчеты несущих конструкций и методы использования их в архитектуре;
 - г) деятельность в области архитектуры компьютерных технологий.

4. Web-дизайн это:
 - а) проектирование интерактивных виртуальных проектов, приложений;
 - б) создание системы разметок для страниц сайтов;
 - в) проектирование навигационных систем для информационных сайтов;
 - г) способ передачи информации с помощью мировой паутины.

5. Промышленный дизайн это:
 - а) проектирование продукции массового производства;
 - б) создание промышленных поточных линий производства;
 - в) различный дизайн на производственных предприятиях;
 - г) создание производственных отношений на предприятиях.

6. Операционный менеджмент изучает концепции, методы, которые применяются для обеспечения эффективности:
 - а) бизнес процессов;
 - б) финансовых операций;
 - в) функционирования рынка труда;
 - г) производительности труда.

7. К каким методам относится операционно-стоимостный анализ:
 - а) измерения затрат и производительности;

- б) проведения научных исследований;
- в) определения трудоемкости операции;
- г) расчета заработной платы.

8. Что из ниже перечисленного является основными функциями операционного менеджмента:

- а) управление производством, персоналом, финансами;
- б) управление производством, персоналом, инновациями;
- в) планирование, контроль, организация, регулирование, мотивация;
- г) управление бизнес-процессами, контроль, учет.

9. Чем отличается тактический план от операционного:

- а) тактический план шире операционного, позволяет осуществить стратегические цели;
- б) тактические планы разрабатываются для реализации стратегических планов, но с учетом конкретных условий сегодняшнего дня, а операционные определяют последовательность и механизмы осуществления отдельных действий;
- в) это одно и то же;
- г) операционные планы позволяют спланировать крупные операции на рынке, а тактические - достигать отдельных тактических целей.

10. Тактические планы разрабатываются:

- а) на один день;
- б) на один год;
- в) на пять лет.
- г) нет верного ответа.

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 1 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

6.3.2. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 2 этап формирования компетенций

Пример кейса

«Дизайн-стратегия компании»

Компания SABMiller купила бренд «Pilsner Urquell» в 1999 году, с целью возродить его как один из старейших по-настоящему национальных сортов пива. Бренд обладал богатым наследством и мифологией. При коммунистическом строе в Чехии бренд «Pilsner Urquell» находился в застое, но пиво оставалось, как и было всегда, удивительным. Пивовар, создавший в 1842 году известный товар и бренд, был истинным первооткрывателем, а «Pilsner Urquell» - первым светло-золотистым пивом. До этого все сорта пива были темными или непрозрачными. К концу девятнадцатого века каждый день это уникальное пиво доставлялось во все столицы мира. Первое слово «Pilsner» указывает на происхождение названия от чешского городка Пльзень - только пилснер из Пльзени настоящее пилснерское пиво, - а «Urquell» означает «первоисточник».

Пиво «Pilsner Urquell» по-прежнему делается с использованием уникального процесса. Оно горькое, но содержит и много сахара, который придает напитку индивидуальный горьковато-сладкий освежающий вкус. Новый владелец бренда должен был найти знаменитому пиву место на нетронутой территории. Компании SABMiller необходимо было разработать идею позиционирования, которая легла бы в основу дальнейшей стратегии продвижения «Pilsner Urquell». Проект позиционирования заключался в «стилизации» богатого наследия и мифологии бренда.

В процессе разработки был определен общий девиз презентации пива: «Перед вами оригинальный и лучший Пилснер». Первоначальная концепция: «Пей по-другому», в ней очевиден потенциал независимости, оригинальности, эксцентричности, целостности, остроумия. Она позволяет выстроить мощную и мотивирующую историю вокруг оригинальности бренда. Оригинальное золотистое пиво дает новое обаятельное свидетельство оригинальности и самих потенциальных потребителей. Концепция открывает путь к тому, что действительно резонировало с целевой аудиторией, - тяготению к истинной оригинальности.

Идея позиционирования бренда: истинные оригиналы редки и бесценны. Их черты: харизматичность, бескомпромиссность, устремленность, вдохновенность. Они формируют будущее и изменяют наше осмысление и ощущение мира вокруг нас. Многие хотели бы походить на них, но мы знаем, что в большинстве случаев это нам не по силам.

Суть бренда: вдохновенная оригинальность.

Ценности бренда: бескомпромиссность, самоуверенность, устремленность, нарушение правил.

Индивидуальность бренда: обаятельность, харизматичность, вдохновенность, страсть.

Внешние выгоды бренда: показывает, что потребитель уверен в своей оригинальности. Индивидуальность и самоуважение в силу умения пронизательно сделать выбор.

Внутренние выгоды бренда: награда уникальным вкусом.

Персонажи-символы бренда: Нельсон Мандела, Джон Леннон, Эрик Кантона, Альберт Эйнштейн. Эти люди были творцами, единственными в своем роде.

Предложение бренда: лучшее пиво в мире.

Вывод позиционирования: «Pilsner Urquell» настоящий оригинал и лучшее пиво в мире.

Стратегия продвижения бренда:

- плакаты и телевизионные ролики, демонстрирующие позиционирование бренда;
- измененный дизайн бутылки, делающий акцент на золотистом цвете пива.

Вопросы:

1. Какое значение для позиционирования бренда «Pilsner Urquell» имела первоначальная концепция: «Пей по-другому»?

2. Перечислите все атрибуты бренда «Pilsner Urquell». Объясните, какой из них наиболее значимый для потенциальных потребителей.

3. Какие маркетинговые коммуникации использовала компания SABMiller для продвижения своего бренда?

Оценка проводится матричным методом:

Критерии оценки	БАЛЛЫ
Ясность, четкость изложения	0-5 баллов
Аргументированность выводов	0-5 баллов
Креативность подходов	0-5 баллов
Качество ответов на вопросы	0-5 баллов
Итоговая оценка	0 -20 баллов

Посткейсовое моделирование. После завершения кейса преподаватель выясняет, согласны ли студенты на самом деле с попавшимися им утверждениями, закрепляя навыки отстаивать свою позицию, применяя знания в области разработки дизайн-стратегии.

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

Кейс – оценивание производится по пятибалльной шкале оценивания, основываясь на полученных баллах в кейсе.

- оценка «отлично» - 16-20 баллов;
- оценка «хорошо» - 11-15 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 6 - 10 баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 0-5 баллов.

6.3.3. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 3 этап формирования компетенций

Пример теста

1. Какую деятельность принято называть дизайном:

- а) проектную;
- б) организационную;
- в) изобразительную;
- г) художественную.

2. Графический дизайн это:

- а) художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды;
- б) деятельность художников по созданию рекламной, книжной, журнальной полиграфии;
- в) способ гармонизации виртуального пространства;
- г) оформительская художественная деятельность, направленная на гармонизацию окружающей среды.

3. Архитектурный дизайн это:

- а) адаптация архитектурной среды к потребностям человека;
- б) проектирование объектов архитектуры;
- в) расчеты несущих конструкций и методы использования их в архитектуре;
- г) деятельность в области архитектуры компьютерных технологий.

4. Web-дизайн это:

- а) проектирование интерактивных виртуальных проектов, приложений;
- б) создание системы разметок для страниц сайтов;
- в) проектирование навигационных систем для информационных сайтов;
- г) способ передачи информации с помощью мировой паутины.

5. Промышленный дизайн это:

- а) проектирование продукции массового производства;
- б) создание промышленных поточных линий производства;
- в) различный дизайн на производственных предприятиях;
- г) создание производственных отношений на предприятиях.

6. Операционный менеджмент изучает концепции, методы, которые применяются для обеспечения эффективности:

- а) бизнес процессов;
- б) финансовых операций;
- в) функционирования рынка труда;
- г) производительности труда.

7. К каким методам относится операционно-стоимостный анализ:

- а) измерения затрат и производительности;
- б) проведения научных исследований;
- в) определения трудоемкости операции;
- г) расчета заработной платы.

8. Что из ниже перечисленного является основными функциями операционного менеджмента:

- а) управление производством, персоналом, финансами;
- б) управление производством, персоналом, инновациями;
- в) планирование, контроль, организация, регулирование, мотивация;
- г) управление бизнес-процессами, контроль, учет.

9. Чем отличается тактический план от операционного:

- а) тактический план шире операционного, позволяет осуществить стратегические цели;
- б) тактические планы разрабатываются для реализации стратегических планов, но с учетом конкретных условий сегодняшнего дня, а операционные определяют последовательность и механизмы осуществления отдельных действий;
- в) это одно и то же;
- г) операционные планы позволяют спланировать крупные операции на рынке, а тактические - достигать отдельных тактических целей.

10. Тактические планы разрабатываются:

- а) на один день;
- б) на один год;
- в) на пять лет.
- г) нет верного ответа.

11. Стратегия организации это:

- а) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования;
- б) практическое использование методологии стратегического управления;
- в) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей;
- г) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов.

12. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это:

- а) функциональная стратегия;
- б) бизнес-стратегия;
- в) корпоративная стратегия;
- г) стратегия.

13. Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это:

- а) функциональная стратегия;
- б) бизнес-стратегия;
- в) корпоративная стратегия;
- г) стратегия.

14. Стратегический анализ – это:

- а) высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами;
- б) формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации;
- в) разработка программ, бюджетов и процедур реализации стратегии;
- г) прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации к её изменениям.

15. Элементом стратегического плана не является:

- а) план производства;
- б) инвестиционный план;
- в) маркетинговый план;
- г) финансовый план.

16. Один из самых популярных методов определения гонорара дизайнера:

- а) процент от стоимости проекта;
- б) затраты плюс;
- в) почасовая ставка;
- г) фиксированный оклад.

17. Аутсорсинг – это:

- а) передача бизнес-процессов на исполнение сторонним заказчикам;
- б) простой договор подряда;
- в) закупка товаров и услуг для производственных нужд;
- г) долгосрочная аренда офисного оборудования.

18. Собеседование на позицию UX-дизайнера должно включать вопрос:

- а) в каких программах вы работаете?
- б) как вы проводите дизайн-исследования?
- в) как дизайн коррелирует с функциями продукта?
- г) есть ли у вас собственная база заказчиков?

19. Внедрение системы грейдов в дизайн-студии должно начинаться с:

- а) описания базовых должностей;
- б) анализа заработных плат;
- в) разработки критериев оценки должностей;
- г) анализа базового образования и опыта работы.

20. Связка «мастер и подмастерье», когда кто-то следует за более опытным специалистом, и учится, повторяя за ним, это метод «прокачки» дизайнеров:

- а) коучинг;
- б) наставничество;
- в) shadowing;
- г) менторство.

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 3 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

6.3.4. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации

Примерные вопросы к экзамену

1. Понятие дизайна как бизнеса.
2. Предпосылки объединения сфер дизайна и бизнеса.
3. Специфика предпринимательской деятельности в творческой среде.
4. Нишевые идеи в сфере дизайна.
5. Понятие и особенности графического дизайна.
6. Понятие и особенности цифрового дизайна.
7. Понятие и особенности средового дизайна.
8. Понятие и особенности модного дизайна.
9. Менеджмент в дизайн-бизнесе как связующее звено между дизайн-мышлением, технологией, бренд-менеджментом, маркетингом и корпоративным управлением.
10. Основные функции менеджмента в дизайн-бизнесе.
11. Согласование дизайн-стратегии, стратегии бизнеса и бренд-стратегии.
12. Управление качеством результатов дизайна.
13. Управление отдельными проектами и командами в сфере дизайна.
14. Контроль над документацией.
15. Оценка процессов и результатов дизайна.
16. Измерение качества оперативных результатов управления.
17. Построение бренда путем принятия и внедрения соответствующих дизайн-решений.
18. Организация дизайн-ресурсов и процессов производства.
19. Формирование структуры дизайна в компании.
20. Координация отдельных дизайн-проектов.
21. Выстраивание внутренних ресурсов и компетенций для реализации проектов.
22. Развитие дизайн-навыков и компетенций.
23. Разработка и внедрение корпоративной стратегии дизайна.
24. Разработка бренда и стратегии продукта.
25. Создание взаимосвязи между стратегией дизайна и бизнес-стратегией компании.
26. Усиление конкурентных преимуществ и отличительных черт продукта и компании.
27. Творческий ресурс компании в сфере дизайна.
28. Штатные сотрудники, лояльные аутсорсеры, команда под проект.
29. Особенности управления творческим коллективом в дизайн-бизнесе.
30. Отбор и собеседования дизайнеров.
31. Система грейдов и мотивации.
32. Ошибки при мотивации творческой личности.
33. Прокачка дизайнеров, методы борьбы с переговорами.
34. Управление удаленной командой.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности по дисциплине проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает

– текущий контроль (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- рубежный контроль – оценка результатов освоения дисциплины, степени сформированности компетенций на каждом из этапов освоения учебной дисциплины.

– промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по учебной дисциплине в целом). Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется обучающимися в течение всего семестра, после изучения новой темы.

Тематическим планом предусмотрен рубежный контроль в виде контрольных заданий и итоговая аттестация в виде экзамена. К экзамену допускаются обучающиеся, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, задание для самостоятельной работы и контрольные опросы.

Контрольная работа проводится в учебной аудитории. Обучающиеся получают бланк заданий. Обучающемуся сообщается время, отведенное на выполнение контрольной работы, способы допустимых исправлений и другая информация (ответы на возникающие вопросы со стороны обучающихся)

При выполнении контрольной работы обучающимся запрещается консультироваться с однокурсниками, использовать телефон, информацию на бумажных и других носителях. По окончании работы, выполняемой в самом бланке задания, обучающийся подписывает работу и сдает ее преподавателю на проверку. Результаты работы, типичные ошибки разбираются на следующем занятии. Обучающимся сообщается оценка, которая заносится в соответствующую ведомость. Ведомость рубежного контроля предоставляется преподавателем в деканат соответствующего факультета.

Тест - является одним из основным средством формального контроля качества обучения. Тестированием называется метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить знания, умения и навыки студента характеризующих определенный этап формирования компетенций.

Тесты построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы на определенном этапе их освоения.

С помощью тестирования можно оценить уровень знаний студента о предметной области дисциплины и понимания основных ее положений и терминов, а так же умение и навыки студента применять полученные при освоении учебной дисциплины практические знания для решения конкретных задач. Тесты для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих различные этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы бывают следующих видов:

Закрытая форма является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов. Закрытую форму вопросов используют также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае формулируют условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Студент должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

Открытая форма. Вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), чертежа (схемы), графика, в которых пропущены существенные составляющие - слова, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Студент должен вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

Установление соответствия. Студенту предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие.

Установление последовательности предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов, фраз, дат и т.п.

Оценка результатов тестирования предполагает использование количественной шкалы оценивания.

Кейс-метод (Case study) — это техника обучения, использующая описание реальных экономических и социальных ситуаций (от англ. case — «случай»). Под ситуацией (кейсом) понимается письменное описание какой-либо конкретной реальной ситуации. Отличительной особенностью метода case-study является создание проблемной ситуации на основе фактов из реальной жизни. Цель технологии – развитие навыков анализа и критического мышления, соединение теории и практики; представление примеров принимаемых решений; демонстрация возможности различных точек зрения. Кейс-технология позволяет более успешно по сравнению с традиционной методикой обучения развивать творческие способности обучающихся, формирует навыки выполнения сложных заданий в составе небольших групп, помогает успешно овладеть способностями анализа непредвиденной ситуации, самостоятельно разрабатывать алгоритмы принятия решения. Этот метод также способствует развитию технического мышления, формированию таких качеств, как инициативность и самостоятельность.

К кейс-технологиям относятся: метод ситуационного анализа; ситуационные задачи и упражнения; анализ конкретных ситуаций (кейс-стади); метод кейсов; метод инцидента; метод разбора деловой корреспонденции; игровое проектирование; метод ситуационно-ролевых игр. Требования к кейсу: четкое соответствие цели, поставленной при создании; наличие соответствующего уровня трудности; ; актуальность на сегодняшний день; иллюстрирование типичных ситуаций; развитие аналитического мышления; провоцирование дискуссии; наличие нескольких решений. Студентам предлагается проанализировать конкретную ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные варианты решения и выбрать лучший из них. В процессе поиска решения студенты используют свой опыт и полученные знания, применяют в учебной аудитории те способы, средства и критерии анализа, которые были приобретены ими в процессе предшествующего обучения. Этапы работы с кейсом: этап введения в кейс; анализ ситуации; этап презентации; этап общей дискуссии; этап подведения итогов.

Критерии оценивания студентов: Профессиональное, грамотное решение проблемы. Новизна и неординарность решения проблемы. Краткость и четкость изложения теоретической части решения проблемы. Качество графической части оформления решения проблемы. Этика ведения дискуссии. Активность работы всех членов микрогруппы. Штрафные баллы (нарушение правил ведения дискуссии, и т.д.).

Наилучшему усвоению материала способствуют: постепенное повышение сложности кейсов, визуализация данных, наличие текстовой информации, временная последовательность материала, тщательная проработка стратегии обсуждения, установление четких временных рамок в зависимости от сложности кейса, создание условий для беспрепятственной коммуникации внутри микрогрупп, возможность высказывания собственного мнения у каждого студента, помощь преподавателя при затруднениях в решении кейса.

Экзамен - промежуточная аттестация (контроль по окончании изучения учебной дисциплины или ее части). Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с расписанием. Студенты допускаются к сдаче экзамена при условии прохождения всех контрольных рубежей. Студенты заранее получают экзаменационные вопросы и задания.

Экзаменационный билет может включать в себя:

- три вопроса, из которых 2 вопроса - теоретические и 1 вопрос – задача или проблемная ситуация.
- 2 вопроса – оба из которых теоретические.

При оценке ответа обучающегося на вопрос билета преподаватель руководствуется следующими критериями:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;
- правильность, способы и методы решения задачи или проблемной ситуации
- языковое оформление ответа.

Оценка **«отлично»** ставится, если обучающийся полно излагает изученный материал, обнаруживает понимание специфики вопроса, дает правильное определение основных понятий и категорий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры, самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно. Ответ не содержит фактические ошибки.

Оценка **«хорошо»** ставится за правильное и глубокое усвоение программного материала, однако в ответе допускаются неточности и незначительные ошибки, как в содержании, так и форме построения ответа.

Оценка **«удовлетворительно»** свидетельствует о том, что студент знает основные, существенные положения учебного материала, но не умеет их разъяснять, допускает отдельные ошибки и неточности в содержании знаний и форме построения ответа.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент обнаруживает незнание большей части материала, неверно отвечает на вопрос, даёт ответ, который содержательно не соотносится с поставленной задачей, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно излагает материал.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

Основная литература:

1. Арт-менеджмент / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др.; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2016.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=496978
2. Кондакова Ю. В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие - Екатеринбург: Архитектон, 2016.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=455455

3. Старов С. А. Управление брендами: учебник - Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента, 2008.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=458118
4. Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление: учебное пособие - Москва: Юнити, 2015.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=446441

Дополнительная литература:

1. Беликова И. П. Управление проектами: краткий курс лекций. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277473&sr=1
2. Стрелкова Л.В. Внутрифирменное планирование - учеб. пособие для студентов вузов/ Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114539
3. Тарасова О. П. Организация проектной деятельности дизайнера: учебное пособие - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2013.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270309
4. Учитель Ю.Г. Разработка управленческих решений: учебник для студентов вузов – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117136

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. Window.edu.ru – единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <http://netology.ru/> - «Нетология» — университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-маркетинга, управления проектами, дизайна, проектирования интерфейсов и веб-разработки.
4. <https://www.cfin.ru/business-plan/> - База данных «Библиотека управления» - бизнес-планирование
5. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
6. www.consultant.ru – справочно-правовая система Консультант Плюс
7. www.aup.ru - Административно-управленческий портал
8. www.eur.ru - Библиотека экономической и управленческой литературы
9. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
10. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах.
11. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
12. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле.
13. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда».
14. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
15. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals - исследовательской ассоциации в области маркетинга

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Изучение курса предполагает большой удельный вес самостоятельной работы студентов. Приступая к изучению данной учебной дисциплины, следует ознакомиться с предложенным преподавателем графиком учебного процесса, включающим самостоятельную работу. На основе этого графика вы можете четко планировать объем работы и свое время, необходимое для выполнения внеаудиторной работы, подготовки к практическим занятиям и контрольным формам обучения.

Изучайте материал последовательно, начиная с первой темы, ибо каждая последующая может быть очень тесно связана с предыдущей. Даже если Вас интересуют конкретные проблемы или закономерности, понимание их сущности порой невозможно или же крайне затруднительно без знания предыдущего материала. В связи с этим Вам все равно придется обращаться к материалу предшествующих тем.

Внимательно, не торопясь, читайте материал одной темы. Все слова или категории, в точном значении которых Вы сомневаетесь, найдите в глоссарии (обычно он помещается в конце учебника), в предшествующих темах (чаще всего вновь появляющиеся термины и категории выделяются курсивом) или в экономическом словаре. Иначе могут возникнуть серьезные затруднения при изучении последующего материала.

Если отдельные темы модуля вам покажутся близкими с точки зрения аналогичности механизма функционирования экономических субъектов или действия теоретических законов, постарайтесь выделить основные отличия, уяснить категории и их буквенные обозначения и составьте сравнительную таблицу. Моторная и зрительная память обязательно «сработают» в дальнейшем.

После того, как вы прочитали тему, запомнили основные положения и сделали необходимые Вам записи, обязательно постарайтесь ответить на все вопросы, содержащиеся в конце параграфа. В случае, если некоторые вопросы вызывают у Вас затруднения, перечитайте текст и найдите ответ в тексте параграфа.

Подготовка к практическому занятию

Одной из традиционных форм обучения является практическое занятие. Поскольку план занятий вы получаете заранее, старайтесь во время подбирать литературу, рекомендованную вам к каждой из изучаемых тем. Просмотрев все доступные вам учебные пособия, статьи в научных журналах по соответствующей тематике и статистические сборники (если это необходимо) и Интернет-ресурсы (в т.ч. официальные сайты министерств и ведомств) решите, какой из вопросов Вы будете готовить наиболее глубоко и в подготовке каких вопросов вы ограничитесь рамками базового учебника.

При необходимости делайте конспекты, указывая источник и номера страниц, на которые вы ссылаетесь. Для того чтобы структурировать материал, собранный вами по проблеме, составьте развернутый план выступления или структурно-логическую схему, которая поможет вам лучше запомнить материал в результате подключения зрительной памяти и логики. Обязательно прорешайте тесты и задачи, если они были заданы вам заранее. Ваше выступление станет ярче и нагляднее, если вы сделаете презентацию своего выступления в программе Power Point.

«Круглый стол»

Проведение «круглого стола» требует от обучающихся большей подготовки, чем обычное семинарское занятие. Эта форма занятий предполагает активное участие всех слушателей, знания не только обязательной учебной литературы, но и анализа статистических данных, изучения нормативно-правовых документов по исследуемой проблеме, анализа научных статей ведущих ученых России, публикуемых в научных журналах и сборниках научно-практических конференций.

При подготовке к заседанию «круглого стола» следует обратить внимание на некоторых моментах, имеющих большое значение для их успешного выступления:

Нужно объяснить, что не следует готовить материал сразу по всем предложенным вопросам. Достаточно выбрать один и подобрать полную и по возможности обширную информацию, необходимую для его освещения. Тщательным образом проработать дефиниции, понятия и определения для того, чтобы во время выступления исключить дополнительные вопросы, неоднозначное их понимание или толкование. Четко определить свою позицию и подготовить необходимые аргументы для ее отстаивания.

Не готовить слишком долгое или пространное выступление, так как выступление такого рода не воспринимается слушателями. Подготовленный материал следует прочитать несколько раз для того, чтобы свободно им владеть и излагать свободно (не читая «по бумажке») во время своего выступления, дополнения выступавшего или несогласия с ним. Во время выступления не следует выходить за рамки обсуждаемой проблемы; необходимо соблюдать регламент.

Дискуссия

Дискуссия – это столкновение различных мнений и интересов, разных точек зрения по какой либо актуальной проблеме, имеющей важное значение не только для общества, но и для конкретного человека, принимающего участие в ее обсуждении. Дискуссия всегда состоит из возникающих вопросов и ответов на них, строится по принципу «вопрос-ответ». Принимая участие в дискуссии, помните некоторые важные советы:

- стремясь высказать свою точку зрения, слушайте и слышите друг друга;
- не повторяйте уже сказанное (если придерживаются той же точки зрения), а дополняйте друг друга, приводя новые аргументы в защиту своей концепции;
- четко и однозначно формулируйте вопросы;
- отвечайте на заданные вопросы подробно, но достаточно четко и конкретно;
- выступайте против точки зрения оппонента, а не против него самого;
- спорные вопросы не должны перерасти в конфликтную ситуацию

Эссе

Эссе в переводе с французского обозначает «попытка», «проба», «очерк». Это сочинение-рассуждение небольшого объема со свободной композицией, выражающее индивидуальные впечатления, соображения по конкретному вопросу, проблеме и заведомо не претендующее на полноту и исчерпывающую трактовку предмета.

Эссе включает в себя следующую структуру:

Введение - суть и обоснование выбора данной темы. При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?».

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы. В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, Постоянство — изменчивость. В процессе построения эссе необходимо помнить, что один параграф должен содержать только одно утверждение и соответствующее доказательство, подкрепленное графическим и иллюстративным материалом. Рекомендуется ограничить себя рассмотрением одной главной мысли.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение.

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

При осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине «Введение в профессию» предполагается использование сети Интернет, стандартных компьютерных программ Microsoft Windows. Использование специального программного обеспечения или справочных систем данной рабочей программа не предусматривает.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Данные аудитории, а так же помещения для самостоятельной работы студентов, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Аудитории для проведения занятий лекционного типа оборудованы наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой подключенной к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Учебное помещение № П-4, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования. Проектная мастерская.

Кабинет № 208 – 41,6 м²

Оборудование:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. колонки;
4. блок управления проекционным оборудованием;
5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт. Компьютер подключен к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;
6. столы - 11 шт.;
7. стулья – 23 шт..

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC.

Учебное помещение № I-12, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, самостоятельной работы обучающихся. Компьютерный класс / Лаборатория информационных технологий.

Кабинет № 403 – 61,4 м²

Оборудование:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
 2. проекционный экран;
 3. колонки;
 4. блок управления проекционным оборудованием;
 5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.;
 6. персональные компьютеры - 27 шт.;
- Все компьютеры подключены к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».
7. столы - 14 шт.;
 8. стулья – 28 шт..

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC.