

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 30.01.2026 12:55:06

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«04» февраля 2025 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.О.24 «ТЕХНОЛОГИИ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ»**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

**Тип задач профессиональной деятельности:**

организационно-управленческий

**Направленность (профиль):**

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»


**Форма обучения:**

очная

**Москва – 2025**


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

«20» января 2025 г.


  
(подпись) /В.С. Матюшкин /

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
(подпись) /Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД

  
(подпись) /Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры №6 от «22» января 2025 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** формирование у обучающихся системы знаний о креативных технологиях, развитие творческого потенциала обучающихся и их возможности управления творческим процессом в малых группах.

**Задачи:**

- изучение методологических основ разработки и технологий создания креативной концепции как способа продвижения брендов;
- ознакомление с основными видами вербальных и визуальных креативных решений;
- формирование представлений о процессе разработки и внедрения основных видов креативных стратегий;
- обучение практическим навыкам управления творческим процессом.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Место дисциплины в учебном плане:

**Блок:** Блок 1. Дисциплины (модули).

**Часть:** Обязательная часть.

**Осваивается:** 7 семестр.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-6** Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

**ПК-2** - Планирование и организация вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ОПК-6</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<b>ОПК-6.2.</b> Применяет в профессиональной деятельности современные программное обеспечение и информационные технологии	<b>Знает:</b> принципы работы современных информационных технологий <b>Умеет:</b> применять в профессиональной деятельности современные программное обеспечение и информационные технологии <b>Владеет:</b> навыком применения принципов работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

<b>ПК-2</b> Планирование и организация вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок	<b>ПК-2.2.</b> Способность применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок	<b>Знает:</b> способы и методы применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок <b>Умеет:</b> применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок <b>Владеет:</b> навыком применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок
	<b>ПК-2.4.</b> Заказ и анализ результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов	<b>Знает:</b> методологию заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов <b>Умеет:</b> заказывать и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов <b>Владеет:</b> навыком заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии в креативных индустриях» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 4 зачетные единицы (144 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>36</b>
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>108</b>
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
Вид	Зачет с оценкой – 7 семестр
Трудоемкость (час.)	-
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	<b>4 з.е. / 144 час.</b>

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Основы работы с творческими специалистами и командами	6	6	-	27
2	Основные направления работы менеджера в креативном процессе	4	4	-	27
3	Особенности производственного процесса в креативных индустриях	4	4	-	27
4	Особенности креативных проектов и работы с клиентами	4	4	-	27
Итого (часов)		18	18	-	108
Форма контроля:		Зачет с оценкой			-
Всего по дисциплине:		144 / 4 з.е.			

### СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

**Тема 1. Основы работы с творческими специалистами и командами**  
Стратегии подбора и формирования креативных команд. Психологическое и профессиональное профилирование креативных специалистов. Работа с разными типами личностей: адаптация стиля управления под индивидуальные особенности сотрудников и менеджеров. Психологические аспекты управления креативной командой. Стратегии формирования и структурирования проектных команд. Развитие сотрудников, обучение и поддержка. Управление внешними ресурсами: поиск, интеграция и контроль аутсорсинга. Управление конфликтами в креативных командах. Управление стрессом и выгоранием. Эмоциональный интеллект и его роль в управлении творческой командой. Управление развитием карьеры в креативной индустрии.

**Тема 2. Основные направления работы менеджера в креативном процессе**  
Личные качества менеджера и способы их использования в процессе производства. Стратегии лидерства и наставничества в креативной индустрии. Этические аспекты менеджмента в креативной индустрии. Развитие лидерских качеств внутри команды. Влияние корпоративной культуры на креативность: создание поддерживающей среды. Развитие личного бренда креативного менеджера.

**Тема 3. Особенности производственного процесса в креативных индустриях**  
Мотивация и мобилизация команды. Постановка задач и управление клиентскими ожиданиями. Управление клиентскими комментариями. Супервайзинг креативных процессов. Роль менеджера как медиатора между клиентом и командой. Методы оперативного управления: тайминги, статусы, отчеты, контроль сроков, обратная связь. Организация и контроль производственных процессов. Постпроектный анализ для совершенствования процессов

**Тема 4. Особенности креативных проектов и работы с клиентами**  
Управление кризисными проектами и срочными задачами, расстановка приоритетов. Оценка эффективности креативных проектов: метрики, KPI и анализ эффективности.

Метрики и КРІ в креативной индустрии. Управление изменениями и инновациями: адаптация к новым требованиям и технологиям. Цифровые инструменты для коллаборации и управления креативными проектами (Miro, Slack, Figma), ИИ в креативном менеджменте. Аналитика и оптимизация креативных процессов с использованием данных

## **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. 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](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277473&sr=1)
2. Владимиров И. Ю., Корнилов Ю. К., Коровкин С. Ю. Современные теории мышления: учебное пособие - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2016.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=441286](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=441286)
3. Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление: учебное пособие - Москва: Юнити-Дана, 2015.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=446441](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=446441)
4. 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](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270309)
5. Алексеев А. Г. Проектирование: предметный дизайн: учебное наглядное пособие - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=487646](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=487646)
6. Аньшин В. М., Алешин А. В., Багратиони К. А. Управление проектами: фундаментальный курс: учебник - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=227270](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=227270)
7. Вылегжанина А. О. Организационный инструментарий управления проектом: учебное пособие. М., Берлин: Директ-Медиа, 2015.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=275276&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=275276&sr=1)
8. Горбовцов Г. Я. Системы управления проектом: учебное пособие. М.: Евразийский открытый институт, 2011.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=93147&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=93147&sr=1)

### **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://netology.ru/> - «Нетология» — университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-маркетинга, управления проектами, дизайна, проектирования интерфейсов и веб-разработки.
10. <https://www.cfin.ru/business-plan/> - База данных «Библиотека управления» - бизнес-планирование
11. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
12. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) – справочно-правовая система Консультант Плюс
13. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) - Административно-управленческий портал
14. [www.eup.ru](http://www.eup.ru) - Библиотека экономической и управленческой литературы
15. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
16. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах. Она содержит данные от более чем 650 000 потребителей и специалистов в 31 стране. Сравнивает более 23 000 брендов. База данных используется для оценки бренда, и каждый год, начиная с 2006 года, используется для создания списка из 100 лучших мировых брендов.
17. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
18. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL
19. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда».
20. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
21. <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

## **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.

### **№ 424**

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.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, пытаются применить эти знания при выполнении творческих работ, серий эскизов. В процессе обсуждения ошибок и удачных вариантов разработанных серий эскизов, вырабатывается уверенность в умении правильно использовать приобретенные знания для решения практических задач.

### ***Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины***

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет управления бизнесом  
Кафедра менеджмента и маркетинга

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.О.24 «ТЕХНОЛОГИИ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ»**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн  
(уровень бакалавриата)

**Тип задач профессиональной деятельности:**

организационно-управленческий

**Направленность (профиль):**

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

**Форма обучения:**

очная

**Москва – 2025**

**Результаты обучения по дисциплине**

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
<b>ОПК-6</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<b>ОПК-6.2.</b> Применяет в профессиональной деятельности современные программное обеспечение и информационные технологии	<p><b>Знает:</b> принципы работы современных информационных технологий</p> <p><b>Умеет:</b> применять в профессиональной деятельности современные программное обеспечение и информационные технологии</p> <p><b>Владеет:</b> навыком применения принципов работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>
<b>ПК-2</b> Планирование и организация вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок	<b>ПК-2.2.</b> Способность применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок	<p><b>Знает:</b> способы и методы применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p> <p><b>Умеет:</b> применять основные технологии маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p> <p><b>Владеет:</b> навыком применения основных технологий маркетинга и маркетинговых коммуникаций в процессе вывода дизайн-продукта и (или) его обновлений на рынок</p>
	<b>ПК-2.4.</b> Заказ и анализ результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов	<p><b>Знает:</b> методологию заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p> <p><b>Умеет:</b> заказывать и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p> <p><b>Владеет:</b> навыком заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p>

**Показатели оценивания результатов обучения**

<b>Шкала оценивания</b>			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>Не знает:</b> принципы работы современных	<b>В целом знает:</b> принципы работы современных информационных	<b>Знает:</b> принципы работы современных информационных	<b>Знает:</b> принципы работы современных

[illegible]

<p>интересах серии дизайн-продуктов</p> <p><b>Не умеет:</b> заказывать и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p> <p><b>Не владеет:</b> навыком заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p>	<p>серии дизайн-продуктов, но допускает грубые ошибки</p> <p><b>В целом умеет:</b> заказывать и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но часто испытывает затруднения</p> <p><b>В целом владеет:</b> навыком заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но часто испытывает затруднения</p>	<p>серии дизайн-продуктов, но иногда допускает ошибки</p> <p><b>Умеет:</b> заказывать и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но иногда испытывает затруднения</p> <p><b>Владеет:</b> навыком заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p> <p><b>Умеет:</b> заказывать и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p> <p><b>Владеет:</b> навыком заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов</p>
--	--	--	---

### *Оценочные средства*

#### **Задания для текущего контроля**

##### **Пример теста:**

1. На этапе целеполагания в ходе работы с проектной командой использование креативных технологий поможет:
  - а) решить проблемы с коммуникацией внутри команды и добиться общего понимания проблемы и цели работы;
  - б) создать атмосферу ненавязчивости творческого процесса;
  - в) переключить внимание команды на более интересный формат взаимодействия;
  - г) нет верного ответа.
  
2. Мозговой штурм пройдет эффективней, если:
  - а) у участников команды будет много времени;
  - б) задача, над решением которой работают члены команды, будет четко зафиксирована;
  - в) участники будут строго выполнять все правила проведения мозгового штурма;
  - г) все ответы верны.
  
3. Суть метода фокальных объектов заключается:
  - а) в присвоении целевому объекту свойств других объектов;
  - б) в присоединении инновационных технологий к уже существующим устройствам;
  - в) в присоединении к целевому объекту принципов, методов и алгоритмов, заложенных в другие объекты;
  - г) нет верного ответа.
  
4. ТРИЗ – это:
  - а) теория решения инженерных задач;
  - б) теория решения изобретательских задач;
  - в) теория реализации инженерных знаний;
  - г) нет верного ответа.
  
5. Инструменты ТРИЗ используются:
  - а) только в инженерной отрасли;

- б) как в науке, бизнесе, так и в инженерии;
- в) сертифицированными специалистами на узкопрофильных задачах;
- г) все ответы верны.

6. Укажите функции, которые выполняет рефлексия:

- а) позволяет снять напряжение в команде;
- б) позволяет снять обратную связь в эмоционально пережитом за день;
- в) позволяет восстановить способ действия, который привёл к полученному результату;
- г) все ответы верны.

7. Укажите признаки, характерные только для рефлексии:

- а) позволяет выявить способ действия;
- б) направлена на выявление причин эмоционального состояния;
- в) требует остановки деятельности;
- г) нет верного ответа.

8. Укажите верные действия при подготовке и/или проведении презентации:

- а) любой вопрос надо воспринимать как подозрение в некомпетентности участников;
- б) высказывая спорный тезис, полезно подкрепить свои домыслы авторитетным мнением/источником;
- в) необходимо использовать много фактов и сложных слов в презентации, чтобы выступающий казался умнее в глазах аудитории;
- г) все ответы верны.

9. Использование инструментов развития креативного мышления при работе с проектом способствует:

- а) уходу команды от «продуктивности» к «фантазийности» и нереализуемым решениям;
- б) выходу за рамки привычного образа мыслей, поиску нестандартных решений задач;
- в) мотивации членов команды к дальнейшей работе по реализации идеи;
- г) нет верного ответа.

10. Креативные технологии оценки принятия решений и работы проектной команды, это:

- а) scrum покер, метод шести шляп, метод Диснея;
- б) мастерская будущего, глубинное интервью;
- в) мультиперекрёстные творческие группы;
- г) все ответы верны.

11. Хорошим результатом проведения мозгового штурма можно считать:

- а) большой список нестандартных идей и решений;
- б) сплочение команды и общекорпоративный настрой на работу;
- в) конструктивный анализ и выбор идей, с которыми можно продолжать работу;
- г) нет верного ответа.

12. Укажите ситуации, в которых использование метода фокальных объектов неприемлемо:

- а) когда нужно максимально быстро придумать необычную идею;
- б) когда необходимо универсальное средство для формирования идей;
- в) когда нужно решить сложную и комплексную задачу;
- г) нет верного ответа.

13. Выберите ложное утверждение:

- а) по ТРИЗ противоречие - это ситуация, когда улучшение одной характеристики ведет ухудшению другой;

- б) идеальный конечный результат – это инструмент целеполагания, помогающий сформулировать желанный итог;
- в) идеальный конечный результат всегда достижим в обозримом будущем;
- г) нет верного ответа.

14. Укажите приемы, которыми не следует пользоваться при подготовке презентации:

- а) понятный язык, отсутствие сложной терминологии без пояснений;
- б) использование для выделения не менее 4 цветов;
- в) использование крупного шрифта, не более 30 слов на слайде;
- г) все ответы верны.

15. Выберите ложное утверждение:

- а) подготовка к презентации обязательно включает самонастрой;
- б) правильное полагаться на “проверенного оратора” среди участников команды;
- в) подготовка площадки - дело рук самих выступающих (“все свое ношу с собой”);
- г) нет верного ответа.

16. С чего начинается подготовка креативного проекта:

- а) постановка цели мероприятия;
- б) формулировка проблемы;
- в) определение тематики;
- г) организация творческой команды.

17. К какому спектру деятельности арт-менеджера относится концептуальная разработка креативного проекта:

- а) юридически-правовой;
- б) проектно-технологической;
- в) организационно-управленческой;
- г) маркетинговой.

18. Основная базовая характеристика профессиональной компетенции арт-менеджера:

- а) стимулирование творческой деятельности;
- б) осуществление контроля за производством;
- в) способность доверять членам команды;
- г) совмещение творческих и управленческих функций в одном лице;

19. С чего начинается составление плана-графика подготовки мероприятия:

- а) определение целей, результатов и общего перечня работ проекта;
- б) определение ресурсов и ответственности рабочей группы;
- в) создание системы комплексного планирования и параметров проекта;
- г) создание команды проекта.

20. Наиболее важный критерий оценки арт-проекта — это:

- а) реалистичность бюджета, обоснованность запрашиваемых средств;
- б) привлекательность проекта для потенциальных партнеров;
- в) яркость и оригинальность проекта;
- г) способность проекта оказать существенное влияние на качество общекультурного развития личности.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;



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

### Пример кейса:

#### Креативная концепция «В гостях у сказки»

Рождественские Ярмарки — традиционный фестиваль, проводящийся в столице в канун новогодних праздников при поддержке Правительства Москвы. В этом году темой Рождественского фестиваля стали сказки народов мира.

#### Основные задачи:

- помочь организаторам рождественских ярмарок создать праздничное настроение для москвичей и гостей столицы;
- разработать вербальные и визуальные креативные решения;
- создать ключевой имидж рекламной кампании и систему визуальной коммуникации;
- предложить оригинальный стиль оформления торговых шале и малых архитектурных форм;
- создать образы главных персонажей Ярмарки.

**Задание:** в рамках рекламной кампании «Путешествие в Рождество» необходимо разработать, используя современные креативные технологии (на выбор):

- дизайн рекламных билбордов и брендмауэров;
- дизайн сити-формата и постеров;
- дизайн новогодних подарочных пакетов: больших и маленьких;
- дизайн листовок, буклетов и лифлетов;
- дизайн бумажных стаканчиков и тарелочек;
- дизайн упаковки для печенья с предсказаниями.

Оценка кейса проводится матричным методом:

Критерии оценки	БАЛЛЫ
Ясность, четкость изложения	0-5 баллов
Аргументированность выводов	0-5 баллов
Креативность подходов	0-5 баллов
Качество выполнения задания	0-5 баллов
Итоговая оценка	0-20 баллов

Посткейсовое моделирование. После завершения кейса преподаватель выясняет, согласны ли студенты на самом деле с презентуемыми идеями, закрепляя навыки отстаивать свою позицию, применяя знания в области креативных технологий.

Оценка кейс-стади формируется следующим образом:

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

## **Промежуточная аттестация**

### **Примерные вопросы к зачету с оценкой:**

1. Понятие креатива.
2. Методы раскрепощения творческого сознания и генерации творческих идей.
3. Креативные тактики.
4. Критика и совершенствование креативного процесса.
5. Критерии отбора творческих решений.
6. Маркетинговая стратегия, рекламная стратегия, креативная стратегия: взаимосвязь и соотношение терминов.
7. Креативная концепция как способ продвижения бренда.
8. Понятие креативного брифа, принципы его создания. Бриф и дебриф.
9. Типы креативных продуктов.
10. Основные этапы разработки креативной концепции.
11. Креативные решения на уровне вербальных разработок ключевых фраз рекламного сообщения и коммерческих названий торговых марок.
12. Важнейшие риторические характеристики названий и слоганов.
13. Понятие игровых техник и языковой игры.
14. Приемы языковой игры при создании названия и рекламного слогана.
15. Эффект скрытого диалога при создании названия и рекламного слогана.
16. Основы визуальной риторики.
17. Визуальные повторы, визуальное сходство, визуальное противопоставление.
18. Игровые приемы компрессии и преобразования смысла.
19. Визуальные искажения, визуальные парадоксы, визуальные гиперболы и литоты.
20. Визуальные метафоры и метонимии, визуальные каламбуры.
21. Визуальные приемы диалогизации и интимизации сообщений.
22. Стратегии коммуникативного воздействия.
23. Стратегии позиционирующего, оптимизирующего и корректирующего типа.
24. Рационалистические и проекционные стратегии.
25. Концепции рекламных стратегий как основа креативных разработок.
26. Рационалистические, трансформационные и холистические стратегии как основа креатива.
27. Концепция Engagement и ее отношение к креативным разработкам.
28. Креативная работа в структуре различных субъектов: рекламных агентств, медиахолдингов, компаний-рекламодателей, СМИ.
29. Профессиональные обязанности креативных директоров, копирайтеров и арт-директоров в рекламных и коммуникационных агентствах различных типов.
30. Особенности управления творческим коллективом.

### **Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации**

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.
2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести

теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.

3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

### Критерии оценивания

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	<p>1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию.</p> <p>2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов.</p> <p>3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.</p>
«Хорошо» или «зачтено»	<p>1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными.</p> <p>2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам.</p> <p>3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.</p>
«Удовлетворительно» или «зачтено»	<p>1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса.</p> <p>2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения.</p> <p>3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.</p>
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	<p>1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации.</p> <p>2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются.</p>

	3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.
--	--

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры  
 Протокол заседания кафедры № 06 от «22» января 2025 г.