Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Юров Сергей Серафимович
Должность: ректор
Дата подписания: 25.09.2026 17:24:39
Уникальный программный ключ:
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ОСНОВЫ ДИЗАЙН-БИЗНЕСА»

Объём дисциплины 22 академических часов

1 Общие сведения

1.1 Направленность дисциплины

Дисциплина входит в дополнительную общеобразовательную общеразвивающую программу подготовительного курса «Основы дизайн-бизнеса» и предназначена для обучающихся 10–11 классов, планирующих поступление на профиль «Менеджмент в дизайн-бизнесе». Дисциплина имеет профориентационный и практико-ориентированный характер и направлена на формирование начального представления о принципах работы бизнеса в сфере дизайна и креативных индустрий.

1.2 Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся начальное представление о предпринимательстве, маркетинге и брендинге в сфере дизайна и креативных индустрий, а также развить навыки анализа аудитории, конкурентов и проектных решений.

Задачи дисциплины:

– познакомить с особенностями предпринимательства и конкурентной среды в креативных индустриях;

– познакомить с основами маркетинга и комплексом маркетинга;

– научить выявлять потребности целевой аудитории и учитывать мотивацию выбора;

– сформировать представление о бренде, позиционировании и пирамиде бренда;

– развить навыки конкурентного анализа и формулирования отличия проектного решения;

– научить выбирать каналы продвижения и объяснять свой выбор.

1.3 Объём дисциплины

Объём дисциплины – 22 академических часов, реализуемых в течение четырех учебных недель в составе программы.

1.4 Распределение часов

Всего часов	Лекционные занятия	Практические занятия
22	15	7

1.5 Формы и режим занятий, используемые образовательные технологии

Занятия проводятся в дистанционном (онлайн) формате и сочетают теоретическое объяснение, разбор практических примеров, обсуждение кейсов, выполнение индивидуальных и групповых заданий, промежуточные просмотры результатов и проектную работу.

Используются следующие образовательные технологии:

– деятельностный подход;

– активное и проблемное обучение;

– информационно-коммуникационные технологии;

– проектная технология;

– работа с кейсами и учебными брифами.

Продолжительность академического часа составляет 45 минут. Учебная нагрузка определяется календарным графиком программы.

1.6 Результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

– основные понятия и особенности бизнеса в сфере дизайна и креативных индустрий;

– основы маркетинга и элементы комплекса 4P;

– факторы, влияющие на потребительский выбор;

– основные способы анализа целевой аудитории и конкурентов;

– роль бренда, позиционирования и пирамиды бренда в развитии продукта и бизнеса;

– основные виды и функции каналов продвижения.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

– анализировать простые бизнес- и дизайн-кейсы;

– составлять портрет целевой аудитории и выявлять ее потребности;

– сравнивать продукты и предложения конкурентов по заданным критериям;

– формулировать идею, отличие и базовое позиционирование проектного решения;

– строить пирамиду бренда;

– выбирать подходящие каналы продвижения и аргументировать выбор.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен владеть:

– базовой терминологией в области маркетинга и брендинга;

– навыком анализа практических примеров и кейсов;

– приемами структурирования информации о бренде, аудитории и конкурентах;

– базовыми приемами аргументации проектного решения.

1.7 Аттестация по итогам освоения дисциплины

Текущий контроль проводится в форме устного опроса, обсуждения кейсов и проверки практических заданий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета по результатам проектного блока: обучающийся представляет анализ выбранного бренда или учебного проекта, включающий описание аудитории, конкурентов, позиционирование, пирамиду бренда и обоснование каналов продвижения.

2 Структура и содержание дисциплины

2.1 Учебно-тематический план

№	Раздел и тема	Лекции	Практика
1.1	Предпринимательство и конкурентная среда	2	1
1.2	Профессия и творческий потенциал в креативных индустриях	2	0
1.3	Основы маркетинга	4	2
1.4	Потребности потребителей и мотивация выбора	3	2
1.5	Бренд как инструмент развития бизнеса	4	2
	Итого	15	7

2.2 Содержание дисциплины

1.1 Предпринимательство и конкурентная среда

Содержание. Предпринимательство и роль бизнеса в креативных индустриях. Внутренняя и внешняя среда компании. Конкурентная среда и виды конкурентов. Алгоритм анализа конкурентов. Способы выделиться среди конкурентов и формулирование уникального торгового предложения.

Практическая работа. Проанализировать конкурентную среду учебного проекта, выбрать двух-трех конкурентов и сформулировать предварительное отличие.

1.2 Профессия и творческий потенциал в креативных индустриях

Содержание. Пути профессионального развития в креативных индустриях. Роли и компетенции специалистов. Личностные качества и развитие творческих способностей. Актуальные тренды и кейсы отрасли, коллаборации брендов, источники для отслеживания тенденций.

1.3 Основы маркетинга

Содержание. Комплекс маркетинга 4P. Product: продукт, ценность и жизненный цикл. Price: базовые подходы к цене и ценовым стратегиям. Place: рынки сбыта, каналы дистрибуции и точки контакта. Promotion: маркетинговые коммуникации, цели рекламы и продвижения. Позиционирование продукта и формирование предложения.

Практическая работа. Решить учебный кейс по продукту: определить характеристики предложения, сформулировать УТП и предложить план продвижения по двум-трем каналам.

1.4 Потребности потребителей и мотивация выбора

Содержание. Нужда, потребность, спрос, продукт, обмен, сделка и рынок. Способы выявления потребностей: опрос, наблюдение, анализ данных, интервью и фокус-группа. Портрет целевой аудитории. Мотивация выбора и применение модели потребностей в маркетинговом анализе. Архетип как инструмент описания характера бренда и коммуникации с аудиторией.

Практическая работа. Составить портрет целевой аудитории учебного бренда, описать ее потребности и мотивацию выбора, определить подходящий архетип бренда.

1.5 Бренд как инструмент развития бизнеса

Содержание. Бренд, торговая марка и товарный знак: маркетинговое и юридическое понимание. Функции бренда. Брендинг и платформа бренда. Позиционирование. Пирамида бренда: суть, индивидуальность, ценности, функциональные и эмоциональные преимущества, характерные черты. Мудборд как инструмент визуального описания бренда. Роль цвета, формы и шрифта в восприятии бренда. Каналы продвижения и соответствие коммуникаций целевой аудитории.

Практическая работа. Построить пирамиду бренда, собрать мудборд и обосновать базовые каналы продвижения учебного проекта.

3 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

3.1 Критерии оценивания

Критерий	Максимальный балл	Что оценивается
Анализ аудитории	25	Целевая аудитория описана конкретно; потребности и мотивация связаны с проектным решением.
Конкурентный анализ и позиционирование	25	Выбраны релевантные конкуренты, проведено сравнение и сформулировано отличие проекта.
Пирамида бренда и обоснование бренда	25	Характеристики, выгоды, ценности и суть бренда согласованы между собой и с аудиторией.
Каналы продвижения и выводы	25	Выбор каналов объяснен, решения логичны, источники и выводы оформлены корректно.
Итого	100	

3.2 Шкала оценивания

Баллы	Уровень выполнения
0–9	Критерий практически не выполнен; результат отсутствует либо не соответствует заданию.
10–14	Критерий выполнен частично; существенная помощь преподавателя необходима.
15–19	Критерий выполнен в основном корректно; решения понятны и соответствуют задаче.
20–25	Критерий выполнен полно, самостоятельно и обоснованно; решения последовательно связаны с задачей проекта.

Каждый критерий оценивается максимум в 25 баллов. Максимальный результат – 100 баллов. Промежуточная аттестация считается пройденной при результате от 70 баллов и выше.

Балльная система соответствует результату: 0–69 баллов – не зачтено; 70–100 баллов – зачтено.

4 Условия реализации дисциплины

4.1 Материально-техническое обеспечение

Для реализации дисциплины используется материально-техническая база АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», а также электронная информационно-образовательная среда для проведения занятий в дистанционном формате.

Для участия в занятиях необходимы:

– персональный компьютер (ноутбук) с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»;

– веб-камера и микрофон/гарнитура;

– платформа для проведения онлайн-занятий и видеоконференций;

– мультимедийные учебные материалы в цифровом виде.

4.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса

Реализация дисциплины предполагает использование следующего программного обеспечения и онлайн-сервисов:

Лицензионное программное обеспечение:

– операционная система Microsoft Windows актуальной поддерживаемой версии;

– офисный пакет Microsoft Office актуальной поддерживаемой версии, включая Microsoft PowerPoint для создания, редактирования и демонстрации презентаций.

Дополнительное программное обеспечение и онлайн-сервисы:

– браузер Google Chrome / Яндекс Браузер;

– платформа для проведения онлайн-занятий и видеоконференций;

– нейросетевые сервисы для генерации, анализа и обработки текстовых и визуальных материалов;

– сервисы для создания презентаций и визуальных материалов (Canva, Figma);

– Adobe Acrobat Reader – программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

4.3 Список рекомендуемой литературы

Основные источники:

1.Смирнова, Л. Э. История и теория дизайна : учебное пособие / Л. Э. Смирнова ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2014. – 224 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435841 (дата обращения: 23.09.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3096-5. – Текст : электронный.

2.Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408 (дата обращения: 23.09.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04536-3. – Текст : электронный.

3.Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 2-е изд. – Москва : Директ-Медиа, 2025. – 268 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=723868 (дата обращения: 23.08.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-5237-0. – DOI 10.23681/723868. – Текст : электронный.

Дополнительные источники:

1. Ассоциация коммуникационных агентств России. Материалы, исследования, кейсы. – URL: https://akarussia.ru/

2. Глазкова, С. Реклама в коммуникационном процессе / С. Глазкова. – URL: https://www.academia.edu

3. Workspace Digital Awards – независимая премия за кейсы в сфере разработки и digital-маркетинга. Лучшие кейсы по маркетингу и рекламе. – URL: https://workspace.ru/awards/

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «ПРИМЕНЕНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ В КРЕАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Объём дисциплины 14 академических часов

1 Общие сведения

1.1 Направленность дисциплины

Дисциплина входит в дополнительную общеобразовательную общеразвивающую программу подготовительного курса «Основы дизайн-бизнеса» и предназначена для формирования базовых навыков ответственного применения генеративных нейросетей в творческой и проектной деятельности.

1.2 Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – познакомить обучающихся с возможностями и ограничениями генеративных нейросетей и сформировать практические навыки постановки творческой задачи, создания, проверки и доработки текстовых и визуальных материалов для учебного проекта.

Задачи дисциплины:

– познакомить с принципами работы генеративных нейросетей, их возможностями и ограничениями;

– сформировать понимание правил ответственного и безопасного использования нейросетевых сервисов;

– научить составлять понятные и конкретные промпты;

– освоить последовательную работу с текстовыми генерациями: постановка задачи, получение вариантов, проверка и редактирование;

– освоить создание и доработку визуальных материалов;

– научить отбирать результаты генерации в соответствии с задачей, аудиторией и характером проекта.

1.3 Объём дисциплины

Объём дисциплины – 14 академических часов, реализуемых в течение трех учебных недель в составе программы.

1.4 Распределение часов

Всего часов	Лекционные занятия	Практические занятия
14	4	10

1.5 Формы и режим занятий, используемые образовательные технологии

Занятия проводятся в дистанционном (онлайн) формате и сочетают теоретическое объяснение, разбор практических примеров, обсуждение кейсов, выполнение

индивидуальных и групповых заданий, промежуточные просмотры результатов и проектную работу.

Используются следующие образовательные технологии:

– деятельностный подход;

– активное и проблемное обучение;

– информационно-коммуникационные технологии;

– проектная технология;

– работа с кейсами и учебными брифами.

Продолжительность академического часа составляет 45 минут. Учебная нагрузка определяется календарным графиком программы.

1.6 Результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

– основные сферы применения генеративных нейросетей;

– ограничения нейросетевых моделей и необходимость проверки фактов;

– правила безопасной работы с открытыми нейросетевыми сервисами и ограничения на ввод персональных и конфиденциальных данных;

– структуру эффективного промпта: задача, контекст, формат, ограничения и критерии результата;

– основные принципы итеративной доработки запроса и результата;

– базовые требования к качеству и уместности текстовых и визуальных материалов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

– формулировать промпт для создания короткого текста или изображения;

– уточнять промпт после анализа первого результата;

– сравнивать варианты по соответствию задаче, понятности, уместности и безопасности;

– проверять фактические утверждения по надежным источникам или исключать непроверяемые сведения;

– редактировать сгенерированный текст и визуальные материалы;

– подбирать нейросетевые материалы для учебного проекта и объяснять свой выбор.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен владеть:

– навыком постановки творческой задачи нейросети;

– навыком итеративной доработки промпта и результата;

– приемами критической оценки и проверки сгенерированных материалов;

– базовыми навыками создания и отбора текстовых и визуальных материалов для проекта.

1.7 Аттестация по итогам освоения дисциплины

Текущий контроль проводится посредством практических заданий и промежуточных просмотров. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета: обучающийся представляет комплект материалов для учебного проекта, включающий промпты, несколько вариантов генерации, выбранный и доработанный текстовый материал, выбранный и доработанный визуальный материал, а также краткое обоснование внесенных изменений.

2 Структура и содержание дисциплины

2.1 Учебно-тематический план

№	Раздел и тема	Лекции	Практика
2.1	Принципы работы нейросетей, возможности, ограничения и ответственное использование	2	2
2.2	Промпт-инжиниринг и работа с текстовыми материалами	1	3
2.3	Создание и доработка визуальных материалов	1	3
2.4	Интеграция нейросетевых материалов в учебный проект	0	2
	Итого	4	10

2.2 Содержание дисциплины

2.1 Принципы работы нейросетей, возможности, ограничения и ответственное использование

Содержание. Генеративные нейросети и основные сферы их применения. Генерация текста и изображений. Возможности анализа и преобразования информации. Ограничения моделей: ошибки, неполные и недостоверные сведения. Проверка фактов. Авторство, источники и корректное указание использования нейросетевых инструментов. Безопасность данных и недопустимость ввода персональной и конфиденциальной информации в открытые сервисы.

Практическая работа. Проанализировать несколько примеров нейросетевых результатов, выявить сильные стороны, ошибки и риски; составить чек-лист безопасной работы.

2.2 Промпт-инжиниринг и работа с текстовыми материалами

Содержание. Структура промпта: роль, задача, контекст, формат результата, ограничения и критерии качества. Последовательные запросы и уточнение результата.

Получение нескольких вариантов. Работа с короткими текстами проекта: описание, сообщение, заголовок, подпись, аргументация. Редактирование и проверка фактов.

Практическая работа. Составить промпт для текстового материала проекта, получить не менее двух вариантов, сравнить их, уточнить запрос и отредактировать выбранный результат.

2.3 Создание и доработка визуальных материалов

Содержание. Нейроиллюстрация как вид цифрового визуального материала. Постановка визуальной задачи: сюжет, композиция, стиль, цвет, формат и ограничения. Работа с референсами и описанием визуального решения. Оценка соответствия изображения характеру бренда, целевой аудитории и задаче.

Практическая работа. Сформулировать промпт для визуального материала проекта, получить несколько вариантов, выбрать результат и подготовить рекомендации по доработке.

2.4 Интеграция нейросетевых материалов в учебный проект

Содержание. Отбор текстовых и визуальных материалов для проекта. Единый характер коммуникации. Проверка качества, уместности, безопасности и источников. Подготовка материалов к использованию в презентации.

Практическая работа. Собрать комплект нейросетевых материалов для проекта и оформить краткое пояснение: задача, промпт, полученные варианты, выбранное решение, внесенные изменения и итоговый результат.

3 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

3.1 Критерии оценивания

Критерий	Максимальный балл	Что оценивается
Постановка задачи и качество промпта	25	Промпт содержит контекст, задачу, требования к формату и критерии результата; формулировки конкретны.
Итеративная работа	25	Получено несколько вариантов, выполнено сравнение, промпт уточнен на основе анализа результата.
Проверка и редактирование	25	Фактические утверждения проверены; текстовые и визуальные материалы доработаны, ошибки и неуместные элементы устранены.

Критерий	Максимальный балл	Что оценивается
Соответствие проекту и ответственное использование	25	Материалы соответствуют задаче, аудитории и характеру проекта; соблюдены правила безопасности и указано использование нейросетей.
Итого	100	

3.2 Шкала оценивания

Баллы	Уровень выполнения
0–9	Критерий практически не выполнен; результат отсутствует либо не соответствует заданию.
10–14	Критерий выполнен частично; существенная помощь преподавателя необходима.
15–19	Критерий выполнен в основном корректно; решения понятны и соответствуют задаче.
20–25	Критерий выполнен полно, самостоятельно и обоснованно; решения последовательно связаны с задачей проекта.

Каждый критерий оценивается максимум в 25 баллов. Максимальный результат – 100 баллов. Промежуточная аттестация считается пройденной при результате от 70 баллов и выше.

Балльная система соответствует результату: 0–69 баллов – не зачтено; 70–100 баллов – зачтено.

4 Условия реализации дисциплины

4.1 Материально-техническое обеспечение

Для реализации дисциплины используется материально-техническая база АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», а также электронная информационно-образовательная среда для проведения занятий в дистанционном формате.

Для участия в занятиях необходимы:

– персональный компьютер (ноутбук) с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»;

– веб-камера и микрофон/гарнитура;

– платформа для проведения онлайн-занятий и видеоконференций;

– мультимедийные учебные материалы в цифровом виде.

4.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса

Реализация дисциплины предполагает использование следующего программного обеспечения и онлайн-сервисов:

Лицензионное программное обеспечение:

– операционная система Microsoft Windows актуальной поддерживаемой версии;

– офисный пакет Microsoft Office актуальной поддерживаемой версии, включая Microsoft PowerPoint для создания, редактирования и демонстрации презентаций.

Дополнительное программное обеспечение и онлайн-сервисы:

– браузер Google Chrome / Яндекс Браузер;

– платформа для проведения онлайн-занятий и видеоконференций;

– нейросетевые сервисы для генерации, анализа и обработки текстовых и визуальных материалов;

– сервисы для создания презентаций и визуальных материалов (Canva, Figma);

– Adobe Acrobat Reader – программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

4.3 Список рекомендуемой литературы

Основные источники:

1. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник для вузов : [16+] / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2026. – 390 с. : ил. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=731175

2. Евстафьев, В. А. Искусственный интеллект и нейросети : практика применения в рекламе : учебное пособие / В. А. Евстафьев, М. А. Тюков. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2026. – 426 с. : ил., табл. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=731187

Дополнительные источники:

1. ТОП-10 нейросетей для маркетологов // VC.ru. – URL: https://vc.ru/marketing/1199721-top-10-neirosetei-dlya-marketologov

2. Халилов Д. Нейросети для маркетинга, SMM и создания контента / Д. Халилов. – Москва: Альпина Паблишер, 2026. – 121 с.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «ПРЕЗЕНТАЦИЯ И ЗАЩИТА ПРОЕКТА»

Объём дисциплины 8 академических часов

1 Общие сведения

1.1 Направленность дисциплины

Дисциплина входит в дополнительную общеобразовательную общеразвивающую программу подготовительного курса «Основы дизайн-бизнеса» и направлена на формирование базовых навыков структурирования, визуального оформления и публичного представления проектной работы.

1.2 Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся навыки подготовки понятной и визуально целостной презентации проекта, публичного выступления и аргументированного ответа на вопросы аудитории.

Задачи дисциплины:

– познакомить со структурой презентации проектной работы;

– сформировать понимание принципов композиции, контраста, типографики и работы с изображениями;

– научить сокращать и структурировать информацию для слайдов;

– научить готовить сценарий короткого выступления и соблюдать регламент;

– развить навыки аргументации проектных решений и ответов на вопросы;

– сформировать навыки репетиции и самопроверки презентации перед защитой.

1.3 Объём дисциплины

Объём дисциплины – 8 академических часов, реализуемых в течение двух учебных недель в составе программы.

1.4 Распределение часов

Всего часов	Лекционные занятия	Практические занятия
8	2	6

1.5 Формы и режим занятий, используемые образовательные технологии

Занятия проводятся в дистанционном (онлайн) формате и сочетают теоретическое объяснение, разбор практических примеров, обсуждение кейсов, выполнение индивидуальных и групповых заданий, промежуточные просмотры результатов и проектную работу.

Используются следующие образовательные технологии:

– деятельностный подход;

– активное и проблемное обучение;

– информационно-коммуникационные технологии;

– проектная технология;

– работа с кейсами и учебными брифами.

Продолжительность академического часа составляет 45 минут. Учебная нагрузка определяется календарным графиком программы.

1.6 Результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

– назначение титульного, содержательных и завершающего слайдов;

– базовые правила композиции, контраста, размера шрифта и выбора изображений;

– принцип «один слайд – одна основная мысль»;

– роль слайда как поддержки выступления;

– структуру короткой защиты проекта;

– основные приемы удержания внимания и аргументации;

– правила корректного ответа на вопросы и обратной связи.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

– выстраивать последовательность слайдов в соответствии с логикой проекта;

– сокращать текст без потери основной мысли;

– оформлять слайды в едином и читаемом стиле;

– подбирать цвет, шрифт и изображения в соответствии с характером бренда;

– составлять план выступления и репетировать его с учетом времени;

– объяснять связь решений с задачей и аудиторией;

– отвечать на вопросы по существу и корректно признавать отсутствие ответа.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен владеть:

– навыком создания презентации проекта;

– базовыми приемами визуальной композиции и типографики;

– приемами подготовки и проведения публичного выступления;

– приемами аргументации и конструктивного диалога во время защиты.

1.7 Аттестация по итогам освоения дисциплины

Текущий контроль проводится в форме просмотров слайдов, репетиций и обсуждения проектных решений. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета: обучающийся представляет готовую презентацию и проводит учебную защиту проекта в установленный регламент с ответами на вопросы.

2 Структура и содержание дисциплины

2.1 Учебно-тематический план

№	Раздел и тема	Лекции	Практика
3.1	Структура и визуальное оформление презентации проекта	1	3
3.2	Публичное выступление и защита проекта	1	3
	Итого	2	6

2.2 Содержание дисциплины

3.1 Структура и визуальное оформление презентации проекта

Содержание. Логика презентации проекта: постановка задачи, бренд и продукт, аудитория, конкуренты, пирамида бренда, каналы продвижения, проектные материалы, выводы и рекомендации. Принцип «один слайд – одна основная мысль». Иерархия информации, композиция, контраст, цвет, шрифт и изображения. Читаемость слайда и единообразие оформления. Указание источников.

Практическая работа. Разработать структуру презентации, оформить основные слайды проекта, провести проверку по чек-листу читаемости, композиции и соответствия характеру бренда.

3.2 Публичное выступление и защита проекта

Содержание. Алгоритм подготовки к выступлению: цель, аудитория, сценарий, регламент. Голос, темп речи, мимика, жесты и визуальный контакт. Приемы удержания внимания. Аргументация проектных решений через связь с задачей, аудиторией и анализом. Ответы на вопросы, корректное признание отсутствия ответа, использование примеров. Репетиция и самопроверка.

Практическая работа. Подготовить и провести учебную защиту проекта продолжительностью до 10 минут, используя презентацию и не менее двух приемов удержания внимания; ответить на вопросы аудитории.

3 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

3.1 Критерии оценивания

Критерий	Максимальный балл	Что оценивается
Структура презентации	25	Презентация имеет понятную последовательность; обязательные разделы присутствуют и логично связаны.
Визуальное оформление	25	Слайды читаемы, оформлены единообразно; композиция, цвет, шрифт и изображения соответствуют содержанию и характеру бренда.
Публичное выступление	25	Выступление соответствует регламенту, имеет ясный план; обучающийся не читает текст со слайдов и поддерживает контакт с аудиторией.
Аргументация и ответы на вопросы	25	Проектные решения обоснованы через задачу, аудиторию и анализ; ответы на вопросы содержательны и корректны.
Итого	100	

3.2 Шкала оценивания

Баллы	Уровень выполнения
0–9	Критерий практически не выполнен; результат отсутствует либо не соответствует заданию.
10–14	Критерий выполнен частично; существенная помощь преподавателя необходима.
15–19	Критерий выполнен в основном корректно; решения понятны и соответствуют задаче.
20–25	Критерий выполнен полно, самостоятельно и обоснованно; решения последовательно связаны с задачей проекта.

Каждый критерий оценивается максимум в 25 баллов. Максимальный результат – 100 баллов. Промежуточная аттестация считается пройденной при результате от 70 баллов и выше.

Балльная система соответствует результату: 0–69 баллов – не зачтено; 70–100 баллов – зачтено.

4 Условия реализации дисциплины

4.1 Материально-техническое обеспечение программы

Для реализации программы используется собственная материально-техническая база АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», а также электронная информационно-образовательная среда для проведения занятий в очно-заочной форме.

Для проведения занятий в очно-заочной форме необходимы:

– персональный компьютер (ноутбук) с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»;
– веб-камера и микрофон/гарнитура;
– платформа для проведения вебинаров и видеоконференций;
– мультимедийные учебные материалы в цифровом виде;
– доступ к нейросетевым сервисам для выполнения практических заданий.

4.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Реализация программы требует наличия следующего программного обеспечения:

Лицензионное программное обеспечение:

– Windows 10 Pro Professional;
– Microsoft Office Professional Plus 2019.

Свободно распространяемое программное обеспечение:

– браузер Google Chrome / Яндекс Браузер;
– платформа для проведения онлайн-занятий (видеоконференцсвязь);
– нейросетевые сервисы для генерации текста и изображений;
– Adobe Reader – программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

4.3 Список рекомендуемой литературы

Основные источники:

1. Лёвкина (Вылегжанина), А. О. Деловые и научные презентации : учебное пособие / А. О. Лёвкина (Вылегжанина). – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 117 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446660

2. Лыткина, Е. А. Применение информационных технологий : учебное пособие / Е. А. Лыткина ; Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова. – Архангельск : Северный (Арктический) федеральный университет, 2015. – 91 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436329

3. Смирнова, С. В. Основы проектной и исследовательской деятельности учащихся : учебное пособие : [16+] / С. В. Смирнова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 144 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=619034

Дополнительные источники:

1. Справочные материалы Microsoft PowerPoint. – URL: https://support.microsoft.com/ru-ru/powerpoint

2. Справочный центр Google Документов. Раздел о Google Презентациях. – URL: https://support.google.com/docs/?hl=ru

3. Figma: онлайн-сервис для разработки интерфейсов и прототипирования. – URL: https://workspace.ru/awards/