

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 04.06.2026 16:18:42

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«28» мая 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.03 ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ

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 – 2026

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Задачи:

- 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. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Осваивается: 1 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-6 - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

ОПК-8 - способен ориентироваться в проблематике современной культурной политики Российской Федерации

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно планирует собственное время	Знает: основные способы оценивания временных ресурсов и ограничений и методы планирования собственного времени Умеет: адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время Владеет: способностью адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время
	УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и	Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Умеет: планировать траекторию своего

	предпринимает шаги по её реализации	профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Владеет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
ОПК-8 Способен ориентироваться в проблематике современной культурной политики Российской Федерации	ОПК-8.1. Понимает теоретические концепции и механизмы практической реализации культурной политики в Российской Федерации	Знает: теоретические концепции и механизмы практической реализации культурной политики в Российской Федерации Умеет: при осуществлении профессиональной деятельности учитывать теоретические концепции и механизмы практической реализации культурной политики в Российской Федерации Владеет: навыком учета, при осуществлении профессиональной деятельности, теоретических концепций и механизмов практической реализации культурной политики в Российской Федерации
	ОПК-8.2. Анализирует направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации	Знает: направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации Умеет: анализировать направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации Владеет: навыком анализа направлений, стратегий, программ реализации государственной культурной политики Российской Федерации

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Введение в профессию» для студентов очной формы обучения, реализуемой 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
Аудиторные занятия	36
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	72
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Зачет – 1 семестр
Трудоемкость (час.)	-
Общая трудоемкость з.е. / часов	3 з.е. / 108 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1.	Тема 1. Введение в профессию: агентство, корпорация, собственный бизнес	1	1	-	4
2.	Тема 2. Личный бренд специалиста в креативной индустрии	1	1	-	4
3.	Тема 3. Презентация и защита проекта	1	1	-	4
4.	Тема 4. Крупный бизнес и креатив: зачем корпорациям нужны креаторы	1	1	-	4
5.	Тема 5. Трендвотчинг	1	1	-	4
6.	Тема 6. Профессия: стратег	1	1	-	4
7.	Тема 7. Профессия: бренд-менеджер	1	1	-	4
8.	Тема 8. Профессия: маркетолог	1	1	-	4
9.	Тема 9. Профессии: креативный директор и арт-директор	1	1	-	4
10.	Тема 10. Профессия: продюсер	1	1	-	4
11.	Тема 11. Коллаборации как инструмент роста бренда	2	1	-	8
12.	Тема 12. Создание крупных рекламных кампаний и видеороликов	2	1	-	8
13.	Тема 13. Креатив в event-индустрии	1	1	-	4
14.	Тема 14. Метавселенные и цифровые миры	1	1	-	4
15.	Тема 15. Нейросети в креативных профессиях: текст, изображение, видео	1	1	-	4
16.	Тема 16. Как отличить хороший креатив от плохого: оценка идей и кейсов	1	3	-	4
Итого (часов)		18	18	-	72
Форма контроля:		Зачет			-
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в профессию: агентство, корпорация, собственный бизнес
Креативная индустрия, типы организаций, модели взаимодействия, карьерные треки

Тема 2. Личный бренд специалиста в креативной индустрии
Как формировать репутацию, цифровое присутствие, портфолио

Тема 3. Презентация и защита проекта
Принципы сторителлинга, структура выступления, визуальные и вербальные

техники презентации

Тема 4. Крупный бизнес и креатив: зачем корпорациям нужны креаторы

Роль креативных команд, кейсы брендов

Тема 5. Трендвотчинг

Источники трендов, применение в проектах

Тема 6. Профессия: стратег

Роль стратегии в коммуникациях, поиск инсайтов

Тема 7. Профессия: бренд-менеджер

Построение бренда, позиционирование

Тема 8. Профессия: маркетолог

Роль маркетинга в развитии бизнеса, исследование рынка и потребителя

Тема 9. Профессии: креативный директор и арт-директор

Разделение ролей, постановка задач, визуальное мышление, креативные концепции

Тема 10. Профессия: продюсер

Типы продюсеров, управление процессом, бюджетом и командой, производство контента

Тема 11. Коллаборации как инструмент роста бренда

Форматы сотрудничества, кейсы коллабораций брендов и креаторов

Тема 12. Создание крупных рекламных кампаний и видеороликов

Продакшн-процессы, режиссура

Тема 13. Креатив в event-индустрии

Концепция мероприятия, сценарное мышление

Тема 14. Метавселенные и цифровые миры

AR/VR, геймификация, виртуальные пространства

Тема 15. Нейросети в креативных профессиях: текст, изображение, видео

Обзор инструментов

Тема 16. Как отличить хороший креатив от плохого: оценка идей и кейсов

Критерии эффективности, примеры из индустрии

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. 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
5. 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
6. 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
7. 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

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. www.aup.ru - Административно-управленческий портал
12. www.eur.ru - Библиотека экономической и управленческой литературы
13. <http://xn--90agc6acgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
14. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах.
15. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
16. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле.
17. <http://xn--90agc6acgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда».
18. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
19. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals - 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 приобретает 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.

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

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.О.03 ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ

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 – 2026

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно планирует собственное время	Знает: основные способы оценивания временных ресурсов и ограничений и методы планирования собственного времени Умеет: адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время Владет: способностью адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время
	УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Владет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
ОПК-8 Способен ориентироваться в проблематике современной культурной политики Российской Федерации	ОПК-8.1. Понимает теоретические концепции и механизмы практической реализации культурной политики в Российской Федерации	Знает: теоретические концепции и механизмы практической реализации культурной политики в Российской Федерации Умеет: при осуществлении профессиональной деятельности учитывать теоретические концепции и механизмы практической реализации культурной политики в Российской Федерации Владет: навыком учета, при осуществлении профессиональной деятельности, теоретических концепций и механизмов практической реализации культурной политики в Российской Федерации
	ОПК-8.2. Анализирует направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации	Знает: направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации Умеет: анализировать направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации Владет: навыком анализа направлений, стратегий, программ реализации государственной культурной политики Российской Федерации

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Не знает: основные способы оценивания временных ресурсов и ограничений и методы планирования собственного времени Не умеет: адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время Не владеет: способностью адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время	В целом знает: основные способы оценивания временных ресурсов и ограничений и методы планирования собственного времени, но допускает грубые ошибки В целом умеет: адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время, но часто испытывает затруднения В целом владеет: способностью адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время, но часто испытывает затруднения	Знает: основные способы оценивания временных ресурсов и ограничений и методы планирования собственного времени, но иногда допускает ошибки Умеет: адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время, но иногда испытывает затруднения Владеет: способностью адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время, но иногда испытывает затруднения	Знает: основные способы оценивания временных ресурсов и ограничений и методы планирования собственного времени Умеет: адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время Владеет: способностью адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время
Не знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Не умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Не владеет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	В целом знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но допускает грубые ошибки В целом умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но часто испытывает затруднения В целом владеет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но часто испытывает затруднения	Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но иногда допускает ошибки Умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но иногда испытывает затруднения Владеет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации, но иногда испытывает затруднения	Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Владеет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации

[illegible]

	культурной политики Российской Федерации, но часто испытывает затруднения	затруднения	
--	---	-------------	--

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

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.

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 заказчиком;
- 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 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:

«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 наследства 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 проницательно 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 кейса 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 дизайн-стратегии.

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 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 перегоранием.
34. Управление удаленной командой.

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»	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. 2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в

	практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов. 3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.
«Хорошо» или «зачтено»	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. 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. 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.
«Удовлетворительно» или «зачтено»	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. 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. 3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	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. 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. 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 № 3 от «28» мая 2026 г.