

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 30.01.2026 12:55:07

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«04» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.20 «СОЗДАНИЕ И ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА В КРАТИВНОЙ-ИНДУСТРИИ»

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

«20» января 2025 г.



(подпись)

/В.Ю. Филин /

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

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 слушателей целостного представления об экономическом механизме функционирования производственных предприятий сферы дизайна.

Задачи:

- роль, место и виды производственных предприятий в сфере дизайна;
- обучение навыкам образования и ликвидации производственных предприятий сферы дизайна;
- ознакомление с основными этапами разработки бизнес-плана производственного предприятия сферы дизайна;
- приобретение навыков государственной регистрации производственного предприятия сферы дизайна;
- ознакомление с системой организации производства на предприятиях сферы дизайна;
- приобретение навыков продвижения дизайн-продукции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 6 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3 - организация дизайн-бизнеса и управление показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3 Организация дизайн-бизнеса и управление показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта	ПК-3.1. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности	Знает: способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Умеет: выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Владеет: навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности
	ПК-3.2. Создание требований, выработка ключевых	Знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и

	<p>выработка ключевых решений и организация программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса</p>	<p>программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса Умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса Владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса</p>
--	---	---

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Создание и ведение бизнеса в креативной-индустрии» 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	72
<i>в том числе:</i>	
Лекции	36
Практические занятия	36
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	9
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	
Промежуточная аттестация:	
Вид	Экзамен – 6 семестр
Трудоемкость (час.)	27
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	Бизнес-модель агентства	2	2		0,5
2	Продажи	2	2		0,5
3	Где искать лиды	2	2		0,5

4	Найм персонала	2	2		0,5
5	Управление командой	3	3		0,5
6	Процессы	3	3		0,5
7	Клиенты	3	3		0,5
8	Финансы	3	3		0,5
9	Маркетинг, PR и личный бренд	3	3		1
10	Упаковка агентства	2	2		1
11	Построение отдела продаж	2	2		0,5
12	Юридические основы деятельности агентства	3	3		1
13	Партнерство и инвестиции	3	3		1
14	Психология предпринимательства	3	3		0,5
Итого (часов)		36	36	-	9
Форма контроля:		экзамен			27
Всего по дисциплине:		108 / 3 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Бизнес-модель агентства (нишевание, стоимость услуг, продуктовая матрица, УТП агентства, бизнес-модели, дополнительные источники заработка, повышение маржинальности)

Тема 2. Продажи (типы клиентов, воронка продаж, брифование, коммерческое предложение, защита КП, допродажи, продажи на высокий чек, продажи без кейсов)

Тема 3. Где искать лиды (партнерства, сарафанное радио, нетворкинг, покупка лидов, питчи, квалификация лида, поиск контактов, продвижение агентства, подряды, стратегия продвижения, офферы, оценка эффективности)

Тема 4. Найм персонала (оргструктура, ФОТ, портреты должностей, продукт должности, воронка найма, тесты вакансий, оффер кандидатам, собеседование, проверка скиллов, мотивация, KPI, агентства по найму, договор)

Тема 5. Управление командой (делегирование, регламенты, онбординг, контроль, планерки, обратная связь, фрилансеры, сотрудник уводит клиента)

Тема 6. Процессы (систематизация процессов, автоматизация работы с клиентом, развитие CRM-системы агентства, работа с отказниками, делегирование продаж и обслуживания)

Тема 7. Клиенты (типы клиентов, коммуникация с клиентами, негатив от клиентов, регламент взаимодействия, с какими клиентами не надо работать, правки, переработка, конфликтные ситуации, расставание с клиентом, перерасчеты, психология взаимодействия)

Тема 8. Финансы (финансы на разных этапах развития бизнеса, личные финансы и финансы бизнеса, расчет себестоимости, платежный календарь, управленческий учет, планирование финансов)

Тема 9. Маркетинг, PR и личный бренд (маркетинг агентства, страхи работы с личным брендом, распаковка, дисциплина ведения соцсетей, продающий контент, продвижение Telegram/Youtube/TenChat/Instagram, конференции, публикации в СМИ)

Тема 10. Упаковка агентства (фирменный стиль, упаковка кейсов, сайт агентства, точки контакта, презентация)

Тема 11. Построение отдела продаж (роли продавцов, источники поиска, система мотивации и бюджет, портрет кандидата, интервью, онбординг sales-менеджера)

Тема 12. Юридические основы деятельности агентства (госрегистрация и налоги, особенности оплаты услуг и работ, документооборот, клиент подал на агентство в суд, клиент не выполняет свои обязательства по договору)

Тема 13. Партнерство и инвестиции (привлечение и договоренности, партнерство, сейфовый договор, принцип распределение долей и ответственности, сотрудник хочет долю, внутреннее предпринимательство)

Тема 14. Психология предпринимательства (зачем делать свой бизнес, глубинные мотивации, работа с ограничениями, проблемы коммуникаций, выгорание, коучинг сотрудников)

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. 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
6. 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

7. 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
8. 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.eup.ru - Библиотека экономической и управленческой литературы

13. <http://xn--90agc6acgim.xn--plai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
14. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах. Она содержит данные от более чем 650 000 потребителей и специалистов в 31 стране.
15. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
16. <http://www.porairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж
17. <http://xn--90agc6acgim.xn--plai/> - 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 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.

№ 423

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

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

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

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

№ 402

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

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

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

в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

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

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

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

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

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

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

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

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

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

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

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

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

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

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

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

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

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

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.В.20 «СОЗДАНИЕ И ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА В КРЕАТИВНОЙ-ИНДУСТРИИ»

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

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3 Организация дизайн-бизнеса и управление показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта	ПК-3.1. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности	Знает: способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Умеет: выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Владеет: навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности
	ПК-3.2. Создание требований, выработка ключевых решений и организация программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса	Знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса Умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса Владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса

Показатели оценивания результатов обучения

[illegible]

	программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса, но часто испытывает затруднения	работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса, но иногда испытывает затруднения	
--	--	---	--

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример теста:

1. Основные элементы производственного процесса:
 - 1) труд, денежные ресурсы, капитал;
 - 2) труд, средства труда, предметы труда;
 - 3) время производства и перерывов;
 - 4) стадия и элемент производства.

2. Время с момента поступления сырья и материалов на предприятие до момента реализации готовой продукции – это:
 - 1) производственный цикл;
 - 2) производственная операция;
 - 3) время производства;
 - 4) рабочий период.

3. Длительность производственного цикла состоит из:
 - 1) рабочего времени и времени перерывов;
 - 2) производственного и технологического времени;
 - 3) технического перерыва и производственного времени;
 - 4) технического и технологического времени.

4. Основные методы организации производства:
 - 1) индивидуальный, бригадно-операционный, поточно-операционный;
 - 2) индивидуальный, поточный, прерывный, непрерывный;
 - 3) прерывный, непрерывный, линейный, нелинейный;
 - 4) бригадный, командный, групповой.

5. Вид движения предметов труда, при котором вся партия предметов труда обрабатывается полностью и только потом передается на следующую операцию:
 - 1) прерывный;
 - 2) параллельный;
 - 3) последовательный;
 - 4) непрерывный.

6. В разделе бизнес-плана «План производства» описывается:
 - а) производимый товар определенного качества и в нужные сроки;
 - б) все товары и услуги, которое предприятие будет предлагать на рынке;
 - в) рыночная конъюнктура;
 - г) объем и качество товара.

7. На базе плана «Производство и реализация продукции» разрабатываются показатели планов:

- а) по издержкам, прибыли и рентабельности, материально-технического обеспечения, по персоналу и оплате труда;
- б) по охране природы, социальному развитию, фондам, инновациям;
- в) по издержкам, персоналу, нормам и нормативам, фондам;
- г) портфель заказов.

8. В раздел «Организация производства» бизнес-плана не входят:

- а) анализ налогового окружения бизнеса;
- б) вопросы местоположения и условий реализации проекта;
- в) задачи и вопросы производственного процесса и операций;
- г) планирование режима предприятия.

9. Капитальные вложения – это:

- а) инвестиции в основной капитал и прирост материальных запасов;
- б) затраты на строительство сооружений и проектно-изыскательские работы;
- в) инвестиции в материальные активы;
- г) инвестиции в приобретение пакета акций.

10. Собственные источники формирования оборотных средств предприятия:

- а) кредиты банков;
- б) кредиторская задолженность;
- в) прибыль предприятия;
- г) авансы, выданные поставщикам (предоплата).

11. Канал распределения это:

- а) способ распространения рекламы;
- б) совокупность организаций или лиц, способствующих перемещению товара к потребителю;
- в) способ транспортировки товара;
- г) отдел сбыта на предприятии.

12. Многие фирмы целью товародвижения ставят:

- а) обеспечение максимального сервиса для клиентов;
- б) минимизацию издержек по распределению товара;
- в) обеспечение доставки товаров в нужное место с минимум издержек;
- г) поддержание больших товарных заказов, наличие большого числа складов.

13. Фирма выберет, скорее всего, прямой канал сбыта, если:

- а) поставляет продукцию по предварительным заказам;
- б) количество товара большое, а потребители расположены на большой территории;
- в) выпускает широкий ассортимент товаров для многих потребителей;
- г) решено контролировать всю свою маркетинговую программу.

14. Независимые посредники в сбыте продукции:

- а) покупают товар за свой счет;
- б) работают в качестве брокеров;
- в) являются собственником продаваемого ими товара;
- г) работают в качестве дистрибьюторов;

15. Есть смысл организовать собственную торговую сеть, если:

- а) количество потребителей невелико и они расположены на небольшой территории;
- б) рынок сбыта разбросан географически;

- в) количество продавцов товара велико, а продажная цена намного превышает издержки производства;
- г) объем каждой партии товара полностью заполняет вагон и, соответственно, отсутствуют затраты средств и времени на перевозку грузов на складах.

16. Каналом товародвижения является:

- а) производственный цикл;
- б) водный путь перевозки товара;
- в) маршрут движения товара в географическом пространстве;
- г) цепочка торговых посредников, через которых проходит товар.

17. Реклама – это:

- а) информация о достоинствах услуги
- б) информация, убеждающая в преимуществах предлагаемой услуги
- в) коммерческая информация о самой услуге
- г) все вышеперечисленное

18. Основными элементами коммуникативной политики рекламной деятельности являются:

- а) пропаганда
- б) каналы сбыта
- в) стимулирование сбыта
- г) все перечисленное

19. Рекламная кампания — это:

- а) фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;
- б) процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю, опосредованный участием рекламного агентства и средств распространения рекламы;
- в) планомерный процесс изготовления рекламных материалов и проведение рекламных мероприятий;
- г) комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга, объединенных одной целью и направленных на какой-либо сегмент рынка.

20. Этапу принятия решений при проведении рекламной кампании предшествуют этапы:

- а) активизация и поощрение торговых посредников;
- б) производства рекламной продукции;
- в) проведения итогов РК;
- г) исследований.

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.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету с оценкой:

1. Понятие производственного предприятия.
2. Цели, задачи и принципы работы производственных предприятий.

3. Производственное предприятие как комплексное образование.
4. Специфика деятельности производственных предприятий в сфере дизайна.
5. Виды производственных предприятий на рынке дизайн-продукции.
6. Общая модель образования производственного предприятия в рыночных условиях.
7. Системные принципы работы предприятия.
8. Балансировка интересов предприятия и основных субъектов микросреды.
9. Особенности образования производственного предприятия сферы дизайна.
10. Ликвидация производственного предприятия: порядок, этапы, процедуры.
11. Состав и структура бизнес-плана производственного предприятия сферы дизайна.
12. Маркетинговый план.
13. Производственный план.
14. Организационный план.
15. Финансовый план. Анализ рисков.
16. Государственная регистрация производственного предприятия.
17. Особенности процесса регистрации производственных предприятий.
18. Научно-исследовательская и опытно-конструкторская подготовка производства.
19. Технологическая подготовка производства.
20. Инструментальная подготовка производства.
21. Организационная подготовка производства.
22. Принятие решения о начале производственного процесса. Закупка ресурсов.
23. Производственные процессы предприятия.
24. Процессы распределения готовой продукции.
25. Сбыт как комплекс коммерческих, организационных и технологических мероприятий по доведению продукции до конечного потребителя.
26. Изучение рынка сбыта дизайн-продукции.
27. Продвижение продукции на рынке. Выбор каналов сбыта.
28. Подбор партнёров по сбыту и заключение договоров.
29. Разработка планов сбыта и графиков поставок.
30. Транспортировка продукции, подготовка ее к продаже.

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> <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.</p>

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