

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 11.02.2021 15:47:50

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

АННОТАЦИИ

К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ДЛЯ БАКАЛАВРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 54.03.01 «ДИЗАЙН» ПРОФИЛЬ: МЕНЕДЖМЕНТ В ДИЗАЙН-БИЗНЕСЕ

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.01 «ИСТОРИЯ»

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов системы устойчивых знаний по истории и целостного представления о характере и особенностях исторического развития, определение места и роли России и других стран в истории мировых цивилизаций, подготовка к использованию накопленных исторических знаний при формировании гражданской позиции и ориентации в современных проблемах общественно-политической жизни России и тенденциях мирового развития.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-2.

Краткое содержание дисциплины: История как наука. Россия в мировом историческом процессе. Особенности исторического процесса Древнего мира. Древнейшие народы и государства на территории России. Европа и страны Востока в средние века. Основные этапы становления российской государственности (IX - XV вв.). Новое Время в мировой истории: переход к новому времени. Россия в XVI-XVII вв. Мировая история в XVIII - XIX вв. Российская империя в XVIII-XIX столетиях. Мировая и российская история в первой половине XX в. Мировая и российская история во второй половине XX в. Россия и мир в начале XXI в.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: экзамен

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.02 «ФИЛОСОФИЯ»

Цель освоения дисциплины: формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования; овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-1.

Краткое содержание дисциплины: Философия как форма духовной культуры. Философия как форма знания. Предмет и структура философии. Становление философии. Основные направления, школы философии и этапы ее исторического развития. Философия древнего мира. Средневековая философия. Ренессанс. Философия Нового времени (XVII-XVIII вв.). Немецкая классическая философия. Постклассическая философия XIX-XX вв. Философия XX века. История отечественной философии.

Бытие как проблема философии. Монистические и плюралистические концепции бытия, самоорганизация бытия. Материальное и идеальное бытие. Проблема жизни, ее конечности и бесконечности, уникальности и множественности во Вселенной. Специфика человеческого бытия. Пространственно-временные характеристики бытия. Движение и развитие, диалектика. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статистические закономерности. Научные, философские и религиозные картины мира. Бытие и сознание.

Проблема сознания в философии. Сознание, самосознание и личность. Природа мышления. Структура научного познания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. Свобода научного поиска и социальная ответственность ученого.

Человек и мир в современной философии. Человек, общество, культура. Человек и природа. Природное (биологическое) и общественное (социальное) в человеке. Антропосоциогенез и его комплексный характер. Смысл жизни: смерть и бессмертие. Свобода и ответственность. Мораль, справедливость, право. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести. Человек в системе коммуникаций. Основные концепции философии истории. Формационный и цивилизационный подходы к пониманию общественного развития: их достоинства и недостатки. Будущее человечества. Глобальные проблемы современности и возможные пути их решения. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **Б1.Б.03 «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»**

Цель освоения дисциплины: развитие у студентов способности к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5.

Краткое содержание дисциплины: Интонации, акцентуации и ритм нейтральной речи в английском языке; особенности стиля произношения, характерные для сферы профессиональной коммуникации. Образование и употребление настоящего времени простого, продолженного, совершенного видов. Образование и употребление прошедшего времени простого, продолженного, совершенного видов. Употребление определенного и неопределенного артиклей. Нулевой артикль и случаи его употребления. Определительные придаточные предложения и их употребление. Сочетание существительных в английском языке. Образование и употребление настоящего времени простого, продолженного, совершенного видов.

Настоящее совершенное время и прошедшее простое время: значение и употребление. Настоящее совершенное и продолженное время. Сравнительный анализ Значение и употребление. Образование и употребление прошедшего совершенного и продолженного времени.

Согласование времен. Страдательный залог простых времен. Примеры и случаи употребления в устной и письменной речи. Согласование времен. Будущее с точки зрения прошлого. Модальные глаголы. Инфинитив. Виды инфинитива, его функции в предложении, способы перевода на русский язык. Употребление в устной и письменной речи модальных глаголов с разными видами инфинитива. Герундий и его функции в предложении, способы перевода герундия на русский язык. Сложное подлежащее. Глаголы, с которыми употребляется эта структура, и правило перевода на русский язык. Сложносочиненные и сложноподчиненные предложения. Пунктуация в английском языке. Правила пунктуации. Сравнительный анализ русской и английской пунктуации.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 15 зачетных единиц, 540 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета в 1-3 семестрах и экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.04 «БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Цель освоения дисциплины: изучение взаимодействия человека со средой обитания и вопросов защиты от негативных факторов чрезвычайных ситуаций; формирование у студентов представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности с требованиями к безопасности и защищенности человека.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-9.

Краткое содержание дисциплины: Предмет, задачи и методы дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» (БЖ). Основные положения дисциплины БЖ. Опасность. Номенклатура опасностей. Понятие об индивидуальном и популяционном здоровье человека. Влияние факторов и условий окружающей среды на состояние здоровья человека. Общие принципы и механизмы адаптации. Человек как элемент системы «человек-среда». Психологические процессы и состояния. Классификация форм психического напряжения. Классификация социальных опасностей. Причины социальных опасностей. Понятие о природных опасностях и основные закономерности их проявления. Литосферные опасности. Гидросферные опасности. Атмосферные опасности. Биологические опасности. Основные наиболее опасные формы инфекционных болезней. Дезинфекция и дезинсекция. Техногенные опасности. Экологические опасности. Природные системы и основные градации их состояния. Источники экологических опасностей. Воздух как фактор среды обитания. Химический состав воздуха. Методы санитарно-химического анализа воздуха. Средства индивидуальной защиты органов дыхания. Классификация ЧС. Причины возникновения ЧС. Характер развития ЧС. Техногенные ЧС радиационного характера. Действие населения по защите от радиационной опасности. ЧС химического характера. Действие населения в зоне химического поражения. ЧС при взрывах и пожарах. Действия населения при пожарах и взрывах. ЧС природного характера. ЧС при землетрясениях. Действия населения. Зона ЧС при наводнениях. Действие населения при затоплении. ЧС биологического характера.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.05 «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»

Цель освоения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-8.

Краткое содержание дисциплины: ОФП. Безопасность и охрана здоровья при выполнении физических упражнений. Требования к охране труда. Требования к состоянию спортивного зала и оборудования. Безопасность во время выполнения физических упражнений. Требования к состоянию здоровья, учет физиологических особенностей и возможностей человека. Методы определения состояния человека до и после физических нагрузок. Здоровый образ жизни и его составляющие. Требования к

организации здорового образа жизни. Критерии эффективности здорового образа жизни. Физические упражнения как средство активного отдыха.

Легкая атлетика: Скоростной бег до 70 м. Метание мяча. Прыжки в длину с разбега. Бег на результат – 100 м. Бег в равномерном и переменном темпе – до 20 мин. Прыжки в высоту с разбега. Эстафетный бег.

Спортивные игры: Баскетбол, Волейбол.

Гимнастика: Общеразвивающие упражнения без предметов и с предметами. Акробатические упражнения. Ритмическая гимнастика. Общеразвивающие упражнения с повышенной амплитудой.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.06 «ПСИХОЛОГИЯ И ПЕДАГОГИКА»

Цель освоения дисциплины: освоение студентами компетенций в области психолого-педагогического знания, необходимых как в повседневной жизни, так и в профессиональной деятельности.

Цель освоения дисциплины: формирование навыков грамотной устной и письменной речи, навыков свободного пользования разнообразными языковыми средствами в различных ситуациях общения и в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-7, ОПК-5.

Краткое содержание дисциплины: Введение в научную психологию. Предмет основные методы, задачи и отрасли психологии. Проблема личности в психологии и педагогике. Личность и ее индивидуально-психологические особенности. Биологически обусловленная подструктура личности.

Подструктура познавательных и эмоциональных процессов. Особенности познавательных и эмоциональных процессов. Подструктура деятельности. Активность личности. Личность и деятельность. Социально обусловленная подструктура. Направленность личности. Объект, предмет, задачи, функции, методы педагогики. Основные категории педагогики Образовательная система России. Цели, содержание, структура непрерывного образования, единство образования и саморазвития. Педагогический процесс. Дидактика как теория обучения и образования личности. Педагогика как теория воспитания.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.07 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

Цель освоения дисциплины: через систему знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности расширить представления бакалавров о маркетинговой деятельности при решении проблем управления производством и реализацией товаров и услуг в интересах потребителей о направлениях и путях развития товарного рынка в России и за рубежом о проблемах использовании новых подходов к достижению более высокого уровня результатов в бизнесе.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-10.

Краткое содержание дисциплины: Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Ведущие субъекты в системе рыночных экономических отношений в современном обществе. Цели и задачи маркетинга. Управление маркетингом. Основные элементы процесса управления маркетингом. Комплекс маркетинга.

Роль и значимость государства в условиях переходного периода к рыночным отношениям. Сущность и содержание маркетинга. Основные элементы маркетинга как системы: направления, методы, задачи, цели. Основные принципы маркетинга. Предпосылки и мотивы поведения потребителей. Меры государственного регулирования маркетинга.

Основные направления маркетинговых исследований. Основные этапы маркетинговых исследований. Исследование товарных рынков. Оценка конъюнктуры рынка. Сегментация рынка. Изучение потребителей. Базовые принципы формирования правильного представления о поведении потребителя. Покупатели и потребители. Конкуренты и конкурентная среда. Каналы распределения и сбыта. Важнейшие факторы внешней среды предприятия. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке.

Товар в системе современного маркетинга. Жизненный цикл товара, основные фазы. Товарная политика. Задачи и процедуры формирования товарной политики предприятия. Новые товары в рыночной стратегии. Новые товары и фактор времени. Качество и конкурентоспособность товаров, их место в стратегии маркетинга.

Каналы распределения товаров и их основные функции. Уровни каналов распределения. Товародвижение. Процесс движения товаров. Прямой маркетинг. Личные продажи. Торговый персонал. Система маркетинговых коммуникаций. Основные элементы процесса коммуникации. Основные факторы эффективной коммуникации.

Роль и значение рекламы в маркетинге. Виды рекламы. Паблик рилейшенз (Public Relation – PR), основные мероприятия. Пропаганда, основные методы.

Планирование в системе маркетинга. План-программа маркетинговой деятельности предприятия. Стратегический и оперативный планы. Рыночные системы и принципы управления предприятием. Функции и принципы управления. Маркетинговые структуры предприятия. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **Б1.Б.08 «ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА»**

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов системы теоретических знаний и базовых практических навыков управления организацией.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Исторические предпосылки зарождения менеджмента как науки. Управленческая мысль в эпоху становления промышленного капитализма: этап раннего менеджмента. Роль школы человеческих отношений в развитии теории менеджмента.

Основные культурные и институциональные различия моделей менеджмента Японии, США и Западной Европы. Развитие менеджмента в России.

Основные требования, предъявляемые к менеджеру организации. Представления о роли (ролях) менеджера в организации и основанных на этих ролях типах поведения.

Сущность и классификация принципов менеджмента. Сущность и классификация методов менеджмента. Классификация и конкретные инструменты административных методов в менеджменте. Сущность экономических методов менеджмента. Сущность, инструменты и формы проявления социально-психологических методов управления.

Сущность и виды прогнозирования. Основные методы прогнозирования. Понятие цели и ее роль в менеджменте. Необходимость планирования в социально-экономической организации. Инструменты стратегического планирования.

Структура управления организацией и ее элементы. Сущность построения организационной структуры. Проблемы делегирования полномочий. Разделение труда и специализация. Сущность и принципы функции мотивации.

Основные функции внутрифирменной системы информации и основные требования к ней. Система коммуникаций в организации. Сущность понятия «управленческое решение». Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Виды управленческих решений. Основные цели самоменеджмента.

Сущность и понятие группы. Причины объединения людей в группы. Преимущества и недостатки работы в командах. Руководитель и его функции. Источники власти в организации. Современные теории лидерства

Сущность понятия «организация». Организационно-правовые формы организаций. Этапы жизненного пути организации. Общая характеристика внешней среды организации: взаимосвязанность факторов, сложность, подвижность, неопределенность. Факторы внешней среды прямого воздействия. Типология организационных структур. Развитие организационной структуры.

Понятие организационной культуры. Влияние культуры на организационную эффективность.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 8 зачетных единиц, 288 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.Б.09 «ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ И ЗАЩИТЫ

БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ»

Цель освоения дисциплины: формирование у будущих специалистов системы теоретических знаний и практических навыков технологии разработки и защиты бизнес-проектов.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-4, ОПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Технологии выявления проблем и постановки целей для бизнес-проектов. Выявление целей. Основные признаки неудачи проекта. Причины неудач проектов. Схема организации разработки бизнес-проекта. Основные положения, рассматриваемые в бизнес-проекте. Основные части бизнес-проекта. Технологии анализа барьеров и ресурсов в реализации бизнес-проекта. Технологии расчета потребности в ресурсах необходимых для реализации бизнес-проекта. Планирование и расчет прогнозируемой эффективности бизнес-проекта. Общая последовательность оценки эффективности бизнес-проекта и ее составляющие.

Технологии защиты бизнес-проекта. Особенности презентации и публичного выступления. Цели публичного выступления в зависимости от уровня предполагаемого воздействия на целевую аудиторию. Виды и функции презентаций и публичных выступлений во внутрикорпоративных коммуникациях. Традиционные и гибридные

формы презентаций и публичных выступлений. Структура презентации, основные разделы бизнес-презентации. Виды и назначение слайдов.

Проект по разработке бизнес-проектов, Состав участников проекта разработки. Планирование проекта разработки. Особенности составления различных видов бизнес-проектов. Основные ошибки при планировании и работе в процессе разработки бизнес-проектов. Рынок услуг по бизнес-консалтингу и разработке бизнес-проектов

Условия слаженной работы проектной команды. Оптимальное распределение ролей среди участников проекта. «Технические» роли в проектной команде. «Психологические» роли в проектной команде. Укрупненные уровни ролей выполняемые участниками проектной команды. Роли, ориентированные на выполнение задач команды. Роли, ориентированные на создание/ поддержание работы команды. Индивидуальные роли (нефункциональные). Матрица определения ролей в проекте.

Уровни ответственности персонала предприятия при формировании бизнес-проекта. Классический подход к распределению ролей между участниками проектной команды Р.М. Белбина.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.Б.10 «ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков анализа деловых ситуаций и ведения деловых переговоров.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-6.

Краткое содержание дисциплины: Теории коммуникационных процессов в обществе и организациях. Основные понятия теории коммуникации. Понятие делового общения. Деловая и межличностная коммуникация. Общение и коммуникация. Коммуникационный менеджмент. Коммуникативные стили в менеджменте. Индивидуальные и кросс-культурные особенности в стилях коммуникации. Жанры массовой и межличностной деловой коммуникации. Моделирование и управление коммуникационным процессом. Каналы деловой коммуникации. Установление контакта и эффект первого впечатления, влияние стереотипов на первое впечатление. Слушание и мышление, техники фиксации информации. Основы деловой беседы. Организация проведения совещаний. Теория и практика переговорного процесса. Культура поведения. Культура устной и письменной коммуникации. Невербальный аспект этики делового общения. Телефонная коммуникация. Особенности общения по Интернету. Деловой этикет. Деловые переговоры: подготовка и проведение.

Цели деловой коммуникации и барьеры достижения целей. Коммуникационные барьеры различных социальных групп. Навыки преодоления коммуникативных барьеров. Барьеры в общении. Сознательное и бессознательное в речевой коммуникации. Сигналы, выдающие неискренность и обман. Манипуляции в общении и их характеристики.

Психологические особенности формирования имиджа. Понятие «имиджа». Составляющие имиджа делового человека. Самопрезентация как важнейший элемент культуры менеджера. Типы деловых партнеров. Проблема «гендерной коммуникации». Анализ гипотезы гендерно-ориентированной личности; гендерно-ориентированного речевого производства; гендерно-ориентированных когнитивных структур и ментальных моделей. Определение «коммуникативной грамотности». Общение с мужчинами:

психологические и коммуникативные особенности мужского поведения. Общение с женщинами: психологические и коммуникативные особенности женского поведения.

Национальное коммуникативное поведение. Национальный характер. Национальные особенности коммуникативного поведения народов мира. Основные особенности русского коммуникативного поведения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **Б1.Б.11 «УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ»**

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов комплексных теоретических знаний и практических навыков в области управления человеческими ресурсами современной организации, умение применять методы современного менеджмента персонала, владения методами анализа социально-экономических и управленческих процессов в современных организациях.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-6, ОК-11.

Краткое содержание дисциплины: Сущность управления персоналом. Исторические этапы становления науки об управлении персоналом. Основные школы управления персоналом: научного управления, «человеческих отношений». Концепция управления персоналом. Цель и задачи организации управления персоналом. Механизм управления персоналом. Принципы управления персоналом. Методы управления персоналом.

Организационный механизм управления кадрами. Организационная структура системы УП: структура УП в организации, роль и место кадровых служб в общей структуре управления, структура кадровых органов. Организация управления кадрами. Технологический механизм управления кадрами.

Организация обеспечения управления персоналом. Виды обеспечения управления персоналом: роль правового, информационного и организационно-технического обеспечения. Структура и механизм видов обеспечения управления персоналом.

Функциональная организация управления персоналом. Планирование работы с кадрами. Цели, задачи и принципы кадрового планирования. Набор персонала. Основные принципы набора руководящих кадров. Принципы рационального использования персонала. Расстановка кадров и их перемещение. Цели, задачи и нормативно-правовая база кадровой работы.

Поведенческие ресурсы управления. Личность, как субъект организационного поведения. Группа, как субъект организационного поведения. Механизмы управления организационным поведением. Цели и задачи управления поведением. Мотивация поведения персонала организаций в повседневной деятельности.

Адаптация персонала: основные аспекты организационной и социально-психологической адаптации. Цели и задачи адаптации персонала: её виды.

Механизм управления организационными конфликтами. Устранение конфликтов: карты конфликтов и методы управления ими.

Механизм оценки эффективности кадровой работы. Факторы и критерии оценки эффективности кадровой работы. Методы оценки результативности труда управленческих кадров.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.12 «ПСИХОЛОГИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся структурированных знаний в области психологии потребительского поведения и навыков ее практического использования в процессе проектирования пользовательских интерфейсов.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-10, ОПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Пользовательский опыт как критерий успешности коммерческого продукта. Проектирование пользовательского опыта (UX Design). Законы психологии в разработке и проектировании дизайна интерфейсов. Закон Фиттса. Закон Хика. Закон Якоба. Закон прегнантности. Закон Миллера. Закон Паркинсона. Эффект серийного расположения. Закон Теслера. Эффект Фон Ресторффа.

Понятие гештальта. Основополагающие идеи гештальта. Появление (проявление). Воплощение и обобществление (конкретизация). Мультистабильность. Инвариантность. Законы (принципы) гештальта в дизайн-проектировании. Содержательность. Замкнутость. Симметрия. Фигура/фон. Равномерная связанность. Общие области. Близость. Общая судьба. Сходство. Точки фокусировки. Прошлый опыт.

Понятие ментальной модели. Практическое правило ментальной модели (The Mental Model Rule of Thumb). Использование ментальных моделей в дизайне. Разрыв между ментальными моделями дизайнеров и конечных пользователей. Ментальные модели в проектировании. UX-исследование. Customer Journey Maps и карты эмпатии. Заимствование элементов из существующего UX. Скевоморфизм.

Когнитивистские теории эмоций. Когнитивно-физиологическая теория эмоций С. Шехтера. Познавательная теория эмоций М. Арнольд - Р. Лазаруса. Висцеральный уровень восприятия эмоциональных сигналов из окружающей среды Психологический механизм висцеральных реакций. Висцеральные реакции на визуальный контент. Создание положительных эстетических впечатлений от дизайна.

Факторы восприятия цвета человеком. Окружающая среда. Культурные обычаи, традиции, устои общества. Физиологические особенности организма. Физиология цвета в целом. Теплые цвета. Холодные цвета. Нейтральные цвета. Цвет и эмоции. Контраст цветов. Дополнение цветов. Резонанс цветов. Выбор цветовой гаммы. Триада. Двойная комплиментарная система. Выбор цветов-аналогов.

Психология форм. Значение геометрических фигур в дизайне UX. Значение естественных (природных) форм в дизайне UX. Значение абстрактных форм в дизайне UX. Практическое применение психологии форм в дизайне UX. Компоненты визуальной композиции. Инструменты организации контента. Логотипы и иконки. Пользовательские интерфейсы цифровых продуктов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.13 «МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Цель освоения дисциплины: формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых коммуникаций.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-5, ОПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Предмет и содержание дисциплины «Маркетинговые коммуникации». Аудитория маркетинговых коммуникаций и продвижение товара. Факторы, определяющие состав и границы аудитории. Методы изучения аудитории. Средства управления продвижением товара. Стимулирование сбыта и продаж в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Организация интернет- маркетинга и продвижения в социальных медиа.

Место средств информации в маркетинговых коммуникациях. Развитие средств информации. Средства массовых коммуникаций и реклама: способы регуляции отношений. Организация мест продаж. Стимулирующие мероприятия в рамках экспозиции. Директ-маркетинг. Реализация программ лояльности. Реклама и связи с общественностью. Понятие рекламы, классификация рекламной деятельности. Рекламная деятельность в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Реклама на различных этапах ЖЦТ. Организация, планирование и контроль рекламной деятельности.

Понятие связей с общественностью. Цели, задачи, функции, методы связей с общественностью. Планирование и организация мероприятий связей с общественностью. Стимулирование сбытовой деятельности. Оптовая и розничная торговля как элемент системы сбыта. Условия стимулирования сбыта в зависимости от жизненного цикла товара. Выбор средств стимулирования сбыта.

Организация коммуникационной деятельности. Организационные функции коммуникационных агентств, их характеристика. Организационная структура службы маркетинговых коммуникаций фирмы, факторы, ее определяющие. Формирование бюджета на маркетинговые коммуникации. Экономическая природа расходов. Основные факторы, определяющие объем затрат. Методы определения объема бюджета.

Исследования как основа планирования коммуникационной деятельности. Основные направления исследований. Этапы проведения исследования и его цели. Первичная и вторичная информация как продукт коммуникационного маркетингового исследования. Система планирования маркетинговых коммуникаций. Основные этапы планирования коммуникационной деятельности.

Понятие, уровни и виды контроля коммуникационной деятельности. Контроль как элемент управленческого процесса коммуникационной деятельностью. Этапы контроля коммуникационной деятельности. Тактический контроль маркетинговых коммуникаций. Средства тактического контроля.

Эффекты и эффективность коммуникации. Определение эффективности в зависимости от стадии воздействия информационного сообщения на индивида. Коммуникативная и торговая эффективность. Показатели, методы определения эффективности маркетинговых коммуникаций. Факторы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций. Анализ и контроль затрат и результатов.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.Б.14 «МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ»

Цель освоения дисциплины: изучение основ теории и методологии процессов принятия рациональных решений в ходе управленческой деятельности; обучение практическим навыкам принятия решений в реальных практических ситуациях в области менеджмента.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-11, ОПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Необходимость формализации процессов принятия решений. Причины трудностей в принятии эффективных решений. Польза точных методов принятия решений. Примеры процессов принятия решений в области менеджмента. Принятие детерминированных и вероятностных решений. Особенности принятия решений в ситуациях с природой и людьми. Структура моделей принятия решений. Детерминированные и вероятностные решения.

Проблемы риска и неопределенности. Способы их решения. Проблемы с ограниченной рациональностью реальных людей. Возможности учета ограниченной рациональности. Детерминированные критерии: доминирование, критерий Вальда, критерий Сэвиджа. Вероятностные критерии – принцип Лапласа, минимизация ожидаемого значения, минимизация ожидаемых потерь.

Объективные и субъективные критерии риска. Примеры решения задач с различными критериями риска. Вероятность и неопределенность. Основные аксиомы рационального выбора. Способы построения субъективной функции полезности и применение ее в задачах принятия решений. Проблема персонализации в задачах принятия решений. Современные методы выяснения предпочтений пользователей.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.15 «ЭКОНОМИКА ДИЗАЙН-БИЗНЕСА»

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов профессиональных компетенций в области экономического анализа и планирования производства различных видов продукции и применения данных навыков в дизайнерской и креативной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3.

Краткое содержание дисциплины: Научно технический прогресс и его социально-экономические последствия как факторы развития современного дизайна. Экологический подход в дизайне. Дизайн и инновации. Интеграция высокотехнологичных материалов и процессов. Влияние Интернета на дизайн.

Психологические аспекты современного дизайна. Упрощение как цель дизайна. Индивидуализм и универсальность в дизайне. Основные подходы к выбору показателей оценки конкурентоспособности дизайн-проектов. Эффективность производства и реализации дизайн-проектов. Показатели финансового состояния предприятия. Показатели маркетинговой деятельности предприятия Процедура нормирования показателей. Комплексный показатель оценки конкурентоспособности.

Постановка задач ценообразования. Цель обеспечения сбыта. Цель максимизации прибыли. Цель удержания рынка. Конкурентное преимущество. Дифференцированное предложение потребительской ценности. Чувствительность к цене у разных групп покупателей; на разные группы и виды товаров; в разных ситуациях покупки. Конкурентные стратегии как результат позиционирования и целей компании.

Оценка экономики проекта. Зоны риска и закладывание дополнительного времени на итерации и правки. Тактика переговоров с клиентом для продажи моделей почасовой и фиксированной оплаты труда. Составление сметы проекта и определение бюджета. Определение цены разработки дизайн-решений. Оценка долгосрочной продажи новому клиенту. Планирование бюджета клиента. Емкость проекта.

Сущность продвижения дизайн-проектов, сбытовая политика, каналы распределения. Характеристика систем сбыта. Каналы распределения, уровни и типы

организации. Маркетинговые системы распределения. Торговые посредники и их классификация. Прямой маркетинг и методы персональных продаж. Многоуровневый маркетинг. Электронный маркетинг.

Основы управления и экономических расчетов дизайн-проектов. Теоретические подходы к обоснованию экономической эффективности дизайн-проектов. Экономическая сущность и методы расчета проектных затрат. Сущность и источники получения экономического эффекта. Показатели экономической эффективности дизайн-проектов и методы их расчета. Декомпозиция проекта на задачи, выбор типа планирования и подходящих инструментов. HR в дизайн-студии. Штатные сотрудники, лояльные аутсорсеры, команда под проект. Отбор и собеседования дизайнеров. Система грейдов и мотивации. Методики управления командой в зависимости от стадии проекта

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.16 «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Цель освоения дисциплины: изучение основ предпринимательства, раскрытие сущности предпринимательского потенциала, формирование предпринимательского стиля мышления и готовности к реализации предпринимательских проектов.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-4, ОК-11.

Краткое содержание дисциплины: Суть предпринимательства, отличия предпринимательства и бизнеса. Ключевые задачи предпринимателя. Предпринимательская карьера, различные типы предпринимателей. Предпринимательское мышление. Рыночные возможности. Анализ биографий известных предпринимателей и историй успеха российских и зарубежных бизнесов. Источники и виды инновационных решений.

Критерии выбора и обоснования организационно-управленческих решений в бизнесе. Модель предпринимательских компетентностей. Лидерство. Командообразование и мотивация. Ведение переговоров, стратегии поведения в конфликте, техники аргументации и убеждения. Инициативность, инновативность и проактивность. Саморегуляция, стрессоустойчивость. Стратегическое мышление, методика целеполагания SMART.

Бизнес-идеи. Потребности рынка. Технологии генерации и выбора бизнес-идей. Оценка рыночного потенциала продукта. Бизнес-концепция. Ценность продукта. «Упаковка» продукта. Разбор и анализ различных вариантов бизнес-концепций. Разработка бизнес-концепций предпринимательских проектов. Бизнес-моделирование. Технологии разработки бизнес-моделей. Анализ известных и типовых бизнес-моделей. Разработка бизнес-моделей для новых предпринимательских проектов.

Понятие бизнес-плана. Цель и назначение бизнес-плана. Бизнес-план как внутренний и внешний документ. Требования, которые необходимо учитывать при подготовке бизнес-плана. Основные этапы разработки бизнес-плана. Содержание основных разделов бизнес-плана. Недостатки и ошибки при составлении бизнес-плана. Международные стандарты бизнес-планирования.

Классификация затрат на инвестиционные и эксплуатационные. Построение инвестиционного плана и бюджета инвестиционных затрат. Организационный план. Определение формы хозяйствования. Выбор системы налогообложения. Определение необходимого количества персонала и их функционал. Система оплаты труда и мотивации. Производственный план. Описание производственного процесса,

необходимые условия производственного процесса. Классификация эксплуатационных затрат. Составление бюджета эксплуатационных затрат на месяц. Возможные источники привлечения инвестиций для реализации предпринимательских проектов.

Расчет точки безубыточности и периода окупаемости. Выявление требуемого объема финансирования. Источники финансирования. Выявление, анализ и оценка рисков бизнес-проекта. Источники и виды предпринимательских рисков.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.Б.17 «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ»

Цель освоения дисциплины: получение обучающимися знаний о сущности управления проектами, умений принимать организационно-управленческие решения, навыков разработки проектов, получение знаний о жизнеспособности брендов, особенностях управления брендом на различных стадиях жизненного цикла бренда.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-6, ОК-11, ОПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Основные понятия: проект, программа и портфель проектов, цели, ключевые факторы успеха, участники. Проектный и процессный менеджмент в компании: основные отличия и взаимосвязи. Мировые и отечественные стандарты в области управления проектами, сертификация, проектный менеджмент в системе образования. Жизненный цикл проекта: фазы и этапы. Стадии процесса управления проектом. Функциональные области управления проектами.

Основные типы организационных структур компании для управления проектами. Формирование команды проекта. Матрица ответственности. Подбор и отбор участников. Групповая динамика. Формальное и неформальное лидерство. Повышение авторитета руководителя проекта

Обоснование проекта. Декомпозиция работ. Иерархическая структура работ (ИСР). Диаграмма Ганта. Управление сроками проекта (PERT). Планирование ресурсов. Управление стоимостью проекта. График инвестиций. Финансовый план. План производства и оказания услуг. Оценка эффективности. Диаграмма Ишикавы и SWOT-анализ как инструменты идентификации рисков. Матрица рисков: качественный и количественный анализ рисков. Организация работ в проекте. Распределение работы в проекте. Постановка задач. Риски в проектах. Классификация. Выявление. Качественная и количественная оценка рисков. Методики ранжирования. Формирование плана управления рисками. Практические инструменты. Планирование изменений: процедуры, необходимые документы

Разработка бренда. Бренд-билдинг. Методологическая база создания бренда. Коммуникационная концепция бренда. Креативная концепция бренда. Вербальная концепция бренда. Концепция продвижения бренда. Методики оценки эффективности брендинга. Этапы развития бренда. Цели маркетинговых мероприятий для каждого этапа. Основные типы потребителей товара или бренда. Политика ценообразования на каждом этапе. Ассортиментная политика. Уничтожение брендов. Объединение брендов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.18 «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ»

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективной деятельности, а также продвижения компаний и продуктов в Интернете.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-4, ОПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Введение в цифровой маркетинг. Терминология и основные принципы. Инструменты и методы цифрового маркетинга. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга. Интернет и устройства, предоставляющие доступ к нему (компьютеры, планшеты, смартфоны и т.д.). Пользовательский контент. Приложения для планшетов, смартфонов, ридеров и других носимых цифровых устройств.

Области и стратегии применения цифрового маркетинга. Услуга или продукт для людей, которые пользуются интернетом и мобильными смартфонами. Бюджетное продвижение продукта в широкие массы. Особенности интернета как коммуникационной среды. Эффективный сайт с точки зрения потребительской модели поведения. Сайт как основа цифрового маркетинга. Инструменты для привлечения клиентов: оптимизация и поисковое продвижение, контекстная реклама, баннерная (медийная) реклама, таргетированная реклама в социальных сетях, email-маркетинг, cost-per-action (лидогенераторы) и др.

Понятие контекстной рекламы. Обзор рынка контекстной рекламы. Ценообразование и основные принципы контекстной рекламы, аукционный механизм ставок, параметры формирования стоимости рекламной кампании. Основные цели таргетированной рекламы в социальных сетях. SEO в качестве инструмента маркетинга. Тенденции развития направления SEO.

Медиапланирование медийной рекламы. Таргетинг и ретаргетинг. Понятие e-mail маркетинга. Увеличение эффективности e-mail-кампаний. Автоматизация E-mail маркетинга. Задачи мониторинга среды. Инструменты и возможности. Инструменты для мониторинга действий пользователей на сайте и сбора статистики. Классификация систем аналитики. Принципы сбора веб-данных.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.19 «ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА»

Цель освоения дисциплины: обеспечение будущих специалистов знаниями закономерностей развития организационной культуры, а также навыками формирования, поддержания и развития организационной культуры для повышения эффективности деятельности организации.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-6.

Краткое содержание дисциплины: Основные подходы к определению организационной культуры. Структура и содержание организационной культуры, их влияние на поведение работников и достижение организационных целей.

Внешняя среда организации и ее влияние на организационную культуру. Внутренняя среда организации и круг субъектов ее интересов. Влияние особенностей внутренней среды на организационную культуру.

Подходы к типологии организационной культуры. Исторические типы культур: органическая, предпринимательская, бюрократическая, партисипативная. Факторы, определяющие характер и содержание субкультур.

Основы факторного анализа организационной культуры. Внешняя среда организации и индикаторы организационной культуры. Внутренние субъекты организационной культуры и ее индикаторы. Отношение работников к труду, преданность организации. Формирование, поддержание и изменение организационной культуры. Внешняя адаптация и внутренняя интеграция в формировании культуры. Взаимосвязь естественных и управленческих процессов в формировании организационной культуры.

Особенности организационной культуры при различных стратегиях в зависимости от стадии жизненного цикла организации. Роль менеджеров по усилению совместимости стратегии культуры в организации. Роль ценностей и этических норм в реализации стратегии организации.

Эффективная организационная культура: понятие, принципы, критерии, показатели. Виды влияния организационной культуры на организационную эффективность. Соотношение экономических, организационных и культурных мер влияния на организационную эффективность. Показатели влияния организационной культуры на организационную эффективность.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.20 «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся структурированных знаний и основных практических навыков в области стратегического управления компанией.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-11.

Краткое содержание дисциплины: Сущность стратегического менеджмента: основные категории, функции. Эволюция взглядов на процесс стратегического менеджмента, этапы развития. Теории И. Ансоффа, Х. Минцберга, Д. Аакера, М. Портера, Г. Хэмела, К. Прахалада. Отличия стратегического управления от оперативного. Стратегический менеджмент и стратегическое планирование. Базовая модель стратегического менеджмента.

Видение как отправная точка в процессе стратегического планирования. Назначение видения. Сущность бизнес-миссии, ее основные функции. Место бизнес-миссии в структуре стратегического плана. Основные требования к формулированию бизнес-миссии. Структура цели, характеристики целей. Иерархия целей. Методы постановки целей: SMART, дерево целей, BSC.

Цель анализа макросреды. Факторы макросреды: политико-правовые, экономические, социальные, технологические, экологические. PEST-анализ. Понятие значимой внешней среды. Алгоритм анализа изменений во внешней среде. Выявление возможностей и угроз для развития компании. Сценарии развития компании под влиянием факторов макросреды.

Понятие отрасли. Основные характеристики отрасли. Оценка положения компании и ключевых конкурентов в отрасли. Модель пяти конкурентных сил М. Портера. Оценка

степени конкуренции в отрасли. Факторы, влияющие на уровень конкуренции в отрасли. Критерии оценки фирмы и конкурентов. Оценка входных и выходных барьеров в отрасли. Анализ интересов внешних и внутренних групп влияния.

Профиль компании, этапы жизненного цикла бизнеса. Оценка факторов внутренней среды. Продукты компании, возможности совершенствования и развития. Оценка ресурсов компании. Информационные потоки в стратегическом планировании. SWOT-анализ как инструмент сценарного планирования. Отбор внешних и внутренних факторов развития компании. Построение SWOT-матрицы.

Эталонные (базовые) стратегии. Портфельные стратегии. Конкурентные стратегии бизнес-единиц М. Портера. Функциональные и операционные стратегии. Методы реализации стратегий. Построение системы стратегического контроля. Основные критерии контроля. Оценка отклонений. Принятие управленческих решений по корректировке целей, бюджетных показателей, стандартов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса, курсовая работа разрабатывается в 6 семестре.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.Б.21 «УПРАВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ (CRM)»

Цель освоения дисциплины: комплексное изучение информационных технологий и систем, обеспечивающих реализацию концепций и базовых подходов управления взаимоотношениями с клиентами и поддержку принятия решений в реализации маркетинговой деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-6, ОПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Метод управления на основе информационных систем. Проблемы построения корпоративной информационной системы. Бизнес-модель. Обзор стандартов, нотаций, программного обеспечения и методики проведения моделирования бизнес-процессов. Информационная модель. Информационная интегрированная система. Классификация информационных систем. Особенности ERP-систем. Классификация, примеры и обзор мирового и отечественного рынка ERP-систем. Проблемы внедрения ERP-систем на предприятии. SAP, Oracle и Microsoft как основные поставщики ERP-систем для крупного бизнеса.

Маркетинг взаимоотношений как современная маркетинговая концепция. Стратегия управления взаимоотношениями. Потребительская стоимость и потребительская ценность жизненного цикла клиента. Предыстория CRM – экономические и технологические предпосылки. Три этапа развития концепции CRM. Методика изучения клиентов. CRM-система как инструмент воплощения CRM-стратегии в жизни компании. Классификация CRM-систем по логике построения, назначению и функциональности. Аутсорсинг CRM-систем. Использование облачных технологий. Технология работы CRM-системы, основные инструменты. Особенности архитектуры построения CRM-систем.

Методология и трудности внедрения CRM-систем. Критерии выбора CRM-систем. Порядок внедрения CRM-систем. План действий при внедрении CRM-системы со стороны компании-заказчика и внедряющей компании. Возможные проблемы внедрения. Главные факторы риска и пути их преодоления. Перестройка организации при внедрении информационных систем. Оценка параметров проекта внедрения CRM. Оценка трудоемкости и стоимости внедрения. Модель полной стоимости владения информационной системой. BI-системы – назначение, устройство, принципы работы. BI-

системы как системы поддержки принятия решений. Основные принципы работы и инструментарий VI-систем. Обзор наиболее известных VI-систем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.22 «ФИНАНСОВОЕ И НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ»

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов способности разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках, обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-5, ОПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Предмет финансового планирования в компании. Субъекты финансового планирования. Объекты корпоративного финансового планирования. Основные функции корпоративного финансового планирования. Задачи финансового планирования. Направления корпоративного финансового планирования. Основные этапы корпоративного финансового планирования.

Методы корпоративного финансового планирования. Метод экстраполяции. Метод срока оборачиваемости. Метод бюджета денежных средств. Метод предварительных (прогнозных) балансов. Расчетно-аналитический метод. Нормативный метод. Балансовый метод. Методы математического моделирования. Модели корпоративного финансового планирования. Организация процесса планирования.

Сущность корпоративного финансового планирования. Типы внутрифирменного планирования. Степень неопределенности в планировании. Временная ориентация идей планирования. Интерактивное планирование. Горизонт планирования. Классификация корпоративного финансового планирования. Методология и принципы корпоративного финансового планирования. Организация процесса корпоративного планирования.

Планирование прибыли и рентабельности. Экономико-статистический метод планирования прибыли. Метод маржинального дохода в планировании прибыли. Экономико-математические методы планирования прибыли. Планирование издержек производства и обращения. Метод прямой и обратной калькуляции при планировании издержек компании. Планирование персонала организации.

Сущность, функции и принципы налогового планирования. Классификация налогового планирования. Налоговая минимизация (легальное уменьшение налогов). Виды налогового планирования. Классическое налоговое планирование (КНП). Оптимизационное налоговое планирование (ОНП). Организация налогового планирования на предприятии. Инструменты налогового планирования.

Учетная политика для целей налогового планирования. Выбор метода определения выручки от реализации. Выбор способа амортизации основных средств. Переоценка основных средств. Способ списания материально-производственных запасов. Создание резервов предстоящих расходов и платежей. Экономическая оценка налогового планирования. Оценка эффективности налоговой политики налогоплательщика.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.23 «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»

Цель освоения дисциплины: овладение обучающимися системой методологических и организационных действий, направленных на изучение социальных объектов и процессов.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-10, ОПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Маркетинговое исследование – понятие, цели, парадигмы, методы. Кабинетные маркетинговые. Полевые маркетинговые исследования. Взаимосвязь между качественными и количественными исследованиями. Зависимость плана маркетингового исследования от целей. Участники процесса планирования. Определение этапов и сроков проведения маркетингового исследования

Программа маркетингового исследования. Основные части программы. Определение проблемы. Постановка целей исследования. Формирование рабочей гипотезы исследования и программных вопросов. Разработка рабочего инструментария как набора приемов и методов для проверки рабочих гипотез маркетингового исследования.

Методы проведения кабинетных исследований. Контент-анализ – особенности, условия применения, методики. Анализ конкурентной активности, и потребительского опыта в интернете. Анализ вторичных данных. Источники открытых маркетинговых данных по отраслям. Методы проведения полевых исследований: наблюдение и эксперимент. Наблюдение – особенности, условия применения, методики. Технические средства наблюдения для определения реакции потребителей. Эксперимент. Побочные переменные и способы их контроля. Основные экспериментальные планы.

Количественные исследования (сплошные или выборочные). Анкетирование или опрос с использованием методов статистической выборки. Методики сбора и обработки данных. Особенности проведения панельных исследований. Методы качественных исследований. Методы количественного и качественного измерения. Количественные измерения и оценки связаны с экономико-статистическими и экономико-математическими методами обработки данных (трендовый, корреляционный и регрессионный анализ и др.).

Оформление отчета маркетингового исследования. Разработка выводов и рекомендаций

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.Б.24 «ЭФФЕКТИВНЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ И ПРОДАЖИ»

Цель освоения дисциплины: овладение студентами системой методологических и организационных действий, направленных на изучение социальных объектов и процессов в коммерции.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-6, ОК-11.

Краткое содержание дисциплины: Деловые переговоры и их роль в управлении организацией. Предмет и метод деловых переговоров. Дерево целей в подготовке и проведении деловых переговоров. Объекты и основные понятия искусства деловых переговоров: потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок, интерес, атмосфера,

контекст. Виды переговоров. Управление переговорами. Основные участники переговоров. Переговорщик: компетенции, навыки. Преимущество креативного переговорщика перед традиционным. Личностные качества (Softskills) и профессиональные качества (Hardskills). Этапы ведения деловых переговоров. Подготовительный этап. Этап первоначального позиционирования. Поисковый этап. Финальный этап – принятие решения. Виды деловых переговоров.

Управление переговорами. Подход создания коммуникационного поля. Коммуникационные эффекты. Ситуация. Выбор ситуации с постановки целей, определения факторов воздействия и применения технологий. Факторы воздействия. Стратегия. Реакция, прием, способ, стиль. Метод SMART в создании цели.

Манипулирование и его виды. Ситуация оппонента по переговорам и вербальная реакция на манипулирование: отказ, нападение, невнимание со стороны партнеров. Раскодирование. Выбор оптимальных реакций и скорость их применения. Комплекс правил, в рамках которых проходит переговорный процесс, обеспечивающий защиту от манипулирования. Экономическая сущность и содержание продаж в системе маркетинга. Виды и типы продаж. Цикл продаж товарной продукции. Основные типы коммерческих задач и категории менеджеров по продажам. Классификация продавцов в зависимости от установки на процесс продажи. Особенности продаж на промышленном и розничном рынках. Содержание процесса управления продажами.

Типы технологий продаж. Психологические основы и применение технологии «Клиент-Эксперт». Презентационная и коммуникативная стратегии мотивирования покупателя. Управление взаимоотношениями с клиентами.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.Б.25 «БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»

Цель освоения дисциплины: формирование у будущих специалистов системы теоретических знаний и практических навыков разработки бизнес-планов.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-10.

Краткое содержание дисциплины: Понятие бизнес-планирования. Назначение бизнес-планов. Структура и последовательность разработки бизнес-плана. Организация процесса бизнес-планирования. Компьютерные технологии разработки бизнес-планов.

Методология исследования рынка сбыта. Классификация рынков. Оценка конъюнктуры рынка. Выбор стратегических зон хозяйствования. Анализ сильных и слабых сторон организации. Оценка конкурентоспособности продукции организации. Оценка конкурентоспособности организации. Анализ конкурентных преимуществ организации. Стратегия маркетинга. Типы маркетинга в зависимости от характера спроса. Товарная политика организации. Ассортиментная политика организации. Разработка и внедрение новой продукции. Система товародвижения. Коммуникативная политика организации. Инструменты комплекса маркетинговых коммуникаций. Бюджет маркетинга. Технология производства. Контроль производственного процесса. Потребность в долгосрочных ресурсах. Потребность в оборотных средствах. Потребность в персонале. Прогноз затрат. Разработка сметы затрат. Оценка безубыточности работы организации. Оценка запаса финансовой прочности. Разработка прогнозного баланса.

Определение потребности в инвестициях и источников их финансирования. Оценка эффективности проекта. Методы оценки коммерческой эффективности. Оценка социально-экономической эффективности. Оценка бюджетной эффективности.

Содержание бизнес-плана финансового оздоровления организации. Финансовый анализ в плане финансового оздоровления. Рынок и конкуренция. Содержание бизнес-плана инвестиционного проекта. Правила принятия инвестиционных решений.

Правила экономической оценки инвестиционных проектов. Разработка инвестиционных проектов. Содержание инвестиционного проекта. Технико-экономическое обоснование. Экспертиза. Планирование осуществления проекта. Определение долговечности проекта.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.Б.26 «ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОЕКТА И СВЯЗИ С ИНВЕСТОРАМИ (IR)»

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов необходимых компетенций в области финансирования проектов и взаимодействия с инвесторами (Investor Relations).

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, базовая часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-5.

Краткое содержание дисциплины: Области применения проектного финансирования. Объекты проектного финансирования. Основные характеристики проектного финансирования. Организационные, операционные и временные рамки инвестиционного проекта. Период реализации инвестиционного проекта. Результаты проекта. Понятие цикла в проектном финансировании и характеристика его этапов.

Понятие критериев в проектном финансировании. Условия, при которых применяется схема проектного финансирования. Источники финансирования. Особенности обеспечения реализации проекта. Гарантии возврата финансовых ресурсов. Требования к проектному финансированию со стороны инвесторов. Условия, определяющие множественность участников в проектном финансировании.

Инициатор проекта. Понятие проектная организация и необходимость ее создания. Роль проектной организации в проектном финансировании. Инвесторы проекта. Кредиторы в проектном финансировании. Участие страховых компаний и их роль в проектном финансировании. Роль государства в проектном финансировании.

Понятие видов и схем проектного финансирования. Оценка и сравнительная характеристика схем проектного финансирования. Классическая схема финансирования. Финансирование с полным, ограниченным регрессом на заемщика. Финансирование без регресса на заемщика. Виды проектного финансирования по способам мобилизации и источникам финансовых ресурсов. Финансово-экономические предпосылки появления и развития направления IR. Теоретико-практические аспекты взаимоотношений с инвесторами. Стратегическая функция корпоративных коммуникаций. Корпоративные коммуникации: PR, IR, GR. Задачи и функции IR в компании. Корпорация в системе внешних взаимоотношений. Роль корпоративного управления в реализации целей IR.

Рынки капиталов, особенности анализа рынков капитала. Типы инвестиционных стратегий. Таргетирование инвесторов. Взаимоотношения со стейкхолдерами компании. Особенности поведения и цели различных групп инвесторов компании. Персональная валентность и психологические аспекты поведения индивидуальных инвесторов. Технологии взаимоотношений с инвесторами, IR-инструментарий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.01 «ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»

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

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-7, ПК-11.

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

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

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

Тактическое управление в дизайн-бизнесе. Сокращение разрыва между стратегическими целями и их реализацией на операционном уровне. Организация дизайн-ресурсов и процессов производства. Формирование структуры дизайна в компании. Координация отдельных дизайн-проектов. Выстраивание внутренних ресурсов и компетенций для реализации проектов. Разработка мероприятий, направленных на развитие дизайн-навыков и компетенций.

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

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.02 «ОСНОВЫ БИЗНЕСА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ»

Цель освоения дисциплины: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков в области предпринимательской деятельности применительно к сфере графического дизайна.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-4, ОПК-6, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Графический дизайн как бизнес. Графический дизайн как основа создания брендов, разработки маркетинговой компании, производства продуктов и услуг. Особенности предпринимательской деятельности в сфере графического дизайна. Нишевые идеи в сфере графического дизайна. Дизайн сайтов. Дизайн мобильных приложений. Игровой дизайн. Дизайн страниц продаж. Дизайн СМИ.

Открытие бизнеса в сфере графического дизайна. Анализ спроса и предложения на рынке графического дизайна и оценка уровня конкуренции. Выбор концепции и масштабов деятельности компании. Аренда офиса, его оснащение и подбор персонала. Разработка стратегии развития. Разработка бизнес-плана для студии графического дизайна. Состав и структура бизнес-плана. Стартовые инвестиции и регулярные расходы. Разработка ценовой политики. Расчет окупаемости бизнеса с учетом количества привлекаемых заказчиков. Определение необходимости привлечения заемных средств.

Регистрация компании в сфере графического дизайна. Анализ существующих организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в сфере графического дизайна. ИП как основная организационно-правовая форма предпринимательской деятельности в сфере графического дизайна. Особенности процесса регистрации ИП и ООО в Федеральной налоговой службе.

Организация производственного процесса в сфере графического дизайна. Графический дизайн как творческий процесс. Основные этапы процесса графического дизайна. Постановка проблемы. Конкретизация и описание проекта. Планирование. Инструменты планирования: график выполнения работы, рабочая группа и ценовое предложение. Анализ и разработка дизайна. Концептуализация и формализация. Презентация проекта. Производство и внедрение.

Продвижение товаров и услуг в сфере графического дизайна. Создание сайта компании. Размещение информации о видах предлагаемых услуг и портфолио наиболее удачных работ дизайнеров. Разработка мобильного приложения. SMM-продвижение услуг компании. Размещение информации об услугах компании на сайтах объявлений и тематических форумах. Привлечение на работу опытных специалистов по графическому дизайну с собственной базой заказчиков.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.03 «ИСТОРИЯ ДИЗАЙНА И СТИЛЕЙ»

Цель освоения дисциплины: ознакомление студентов с концептуальными основами истории и теории дизайна, формирование научного мировоззрения на основе знания главных этапов развития дизайна, особенностей стилевых художественных направлений, творчества ведущих мастеров дизайна.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-5, ПК-4.

Краткое содержание дисциплины: Становление и развитие дизайна, роль науки и техники в формообразовании. Виды современной дизайнерской деятельности. Формирование предметно-пространственной среды в эпоху ремесленного производства древних цивилизаций. Предметно-пространственная среда Древнего Египта. Формирование предметно-пространственной среды Древней Греции. Формирование предметно-пространственной среды Древнего Рима. Духовно-материальная культура Средневековья и эпохи Возрождения. Эпоха Средневековья. Переход к индустриальной цивилизации в эпоху Возрождения. Предметный мир эпохи Возрождения. Социально-экономические корни дизайна XIX века. Научно-технические открытия и изобретения XIX - начала XX веков и их роль в развитии дизайна. Особенности промышленного развития России X-XIX веков. Ремесленное производство в России X-XVIII веков. Предметный мир России X-XVIII веков. Особенности промышленного развития России XIX-начала XX века. Проблемы художественно-промышленного образования. Силевые направления в индустриальном формообразовании XIX века. Художественный авангард в Европе XX века. Баухауз – первая школа художественного проектирования и конструирования. ВХУТЕМАС – ВХУТЕИН - отечественная школа дизайна. Истоки отечественного дизайна. Развитие советского костюма в 1920-1940-е годы. Искусство выставочного дизайна в России 1920-1940-х годов. Возникновение промышленного дизайна в США. Развитие предвоенного дизайна в Западной Европе. Развитие дизайна после Второй мировой войны в Западной Европе. Особенности развития отечественного дизайна конца XX - начала XXI вв. Дизайн 1980-1990-х годов. Современный дизайн: особенности и тенденции.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.04 «ОСНОВЫ ДИЗАЙНА»

Цель освоения дисциплины: изучение традиционных подходов к созданию объёмно-пространственных композиций, индивидуальная работа студента над углубленным изучением творчества мастера (художника или скульптора), его художественных и пластических принципов и приемов, а также - последующее применение полученных навыков в практическом проектировании.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ПК-4.

Краткое содержание дисциплины: Основные элементы тождественности композиции на основе симметрии. Определение композиции, ее основные виды. Значение понятия гармонии в проектировании композиций дизайна среды. Природные формы в художественных композициях. Структура художественных композиций, особенности построения композиций в дизайне среды. Значение понятия равновесия в художественных композициях. Асимметрия и симметрия в композициях дизайна среды. Статичные и динамичные композиции в искусстве и в дизайне. Монохромные и ахроматические композиции, степень их выразительность в дизайне среды. Соотношение архитектурных форм на основе пропорциональности. Содержание иррациональных отношений «Золотого сечения». Масштабность как соразмерность эталона. Контрастное отношение элементов формы. Ньюансное отношение элементов формы. Значение ритма в построении фронтальной композиции. Значение пропорций в построении объемной композиции. Значение цвета в решении глубинно-пространственной композиции.

Особенности построения зальной композиции. Особенности построения центрической композиции. Особенности построения анфиладной композиции. Особенности построения коридорной композиции. Особенности построения секционной композиции. Особенности построения смешанной композиции. Композиционная доминанта и ее роль в композиции дизайна среды. Основные характеристики цвета, влияние цветового контраста на дизайн-образ. Определение фронтально-пространственной композиции. Особенности построения цветового нюанса в художественных композициях. Отличительные особенности крупного и мелкого масштабов.

Основные этапы работ процесса проектирования в дизайне среды. Предпроектное исследование процесса проектирования, его цель и задачи. Основные направления предпроектного исследования. Методы и приемы предпроектного исследования.

Этап концептуальной разработки. Этап проектной разработки. Основные требования к компоновке проектного материала на листах или планшетах экспозиционной части проекта. Поиск планировочных решений проектируемого объекта. Приемы и средства. Этап детальной разработки проекта. Формирование блок-схемы функциональных процессов и ее место в процессе проектирования.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 7 зачетных единиц, 252 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании первого семестра и экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **Б1.В.05 «ОСНОВЫ МАКЕТИРОВАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ»**

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов знания проектно-графического и объёмно-пластического языка исполнения проектов, путем внимательного изучения средств, приёмов и техники выполнения проектно-графических и макетных работ.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3, ПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Что такое макет и его роль в проектировании. История макетирования. Отличие макета от модели. Возможные материалы для макетов. Виды бумаги. Особенности бумаги. Особенности картона. Виды надрезов бумаги. Виды склейки. Сбор сложной формы без использования клея. Использование кальки для создания геометрической формы. Влияние цвета на макетную композицию. Виды клея. Использование масштаба при изготовлении макетов различной сложности. Придание бумаге криволинейной поверхности. Придание ребру модели четкости. Врезка одного объема в другой. Плоскость и виды пластической разработки поверхности. Приемы трансформации плоскости. Средства разработки поверхности. Различные виды членений поверхности. Макетные приемы выявления и разработки поверхности. Трансформируемые плоскости как прием композиционного моделирования. Формальная композиция и ее специальные понятия: форма, пластика, масса, объёмно-пространственная структур. Формирование объёмных форм с помощью метрических и ритмических элементов. Основные виды рельефов по отношению к плоскости фона. Композиционные средства: рельеф, объем, тон, цвет. Понятие «оригами». Методика создания макета рельефа. Закономерности композиционного построения при создании сложных объёмно-пространственных форм. Технология изготовления тел вращения. Связь макетирования с проекционным черчением. Перевод эскиза в трехмерную модель.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.06 «МАРКЕТИНГ В ДИЗАЙН-БИЗНЕСЕ»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся структурированных знаний основных маркетинговых концепций и их реализации в сфере брендинга и дизайн-бизнеса.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-6, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Бренд как маркетинговая категория. Сегментация потребителей. Позиционирование. Архитектура брендов компании. Формирование имиджа бренда. Атрибуты и ценности бренда. Модель видения бренда. Капитал бренда (Brand Equity) и подходы к его оценке. Жизненный цикл бренда.

Роль исследований в компании на различных этапах ее деятельности. Оценка объема рынка и ключевых трендов в категории. План сбора информации по заданному рынку. Потребительские исследования. Формулировка брифа на потребительское исследование. Качественные и количественные исследования. Исследования при разработке инноваций. Роль брифа, его структура и особенности написания.

Определение понятия стратегия развития бренда. Цель стратегии развития бренда. Три составляющих бренд стратегии: сегментация, позиционирование, таргетирование. Стратегия коммуникаций. Целеполагание. Связка стратегии коммуникаций с маркетинговой стратегией.

Роль маркетинговых коммуникаций в создании сильных брендов. Инсайт и его роль при разработке маркетинговых коммуникаций. Принципы интеграции коммуникаций в рамках ИМК-кампании. Краткосрочное и долгосрочное воздействие. Эффект синергии на различных уровнях планирования коммуникаций.

Продвижение бренда: выбор форм и средств коммуникации. Возможности и ограничения различных форм личной и массовой коммуникации: реклама, директ-маркетинг, личная коммуникация. Возможности различных носителей: телевидение, радио, журналы, газеты, Интернет, формы личной и псевдоличной коммуникации. Методы исследования аудиторий средств массовой информации, информативность различных методов. Методы анализа медиаметрических исследований, основы не-медиаметрических критериев выбора носителей.

Правила работы с основными рекламными носителями. Процесс медиапланирования. Постановка целей и медиазадач при медиапланировании. Понятие медиа-бриф и его содержание. Понятие Brand Book и его значение. Постановка рекламных задач. Оценка результатов рекламной кампании. Эффективность рекламной кампании. Основные медианосители. Достоинства и недостатки

Финансы в бренд-маркетинге. Структура финансовой службы. Основные показатели: Net Sales, Operation Margin, Income per share, Operational Cash Flow. Операционные и капитальные затраты. Структура P&L. Бюджет компании и маркетинговый бюджет. Окупаемость капитальных инвестиций. Влияние инвестиций в маркетинг на основные показатели компании.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.07 «ОСНОВЫ БИЗНЕСА В АРХИТЕКТУРНОМ И СРЕДОВОМ ДИЗАЙНЕ»

Цель освоения дисциплины: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков в области предпринимательской деятельности применительно к сфере архитектурного и средового дизайна.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-1, ПК-5, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Архитектурный и средовой дизайн как бизнес. Специфика бизнеса в сфере архитектурного и средового дизайна. Виды участников дизайнерского рынка. Проектные институты. Малые дизайнерские компании. Фрилансеры. Нишевые идеи в сфере архитектурного и средового дизайна. Дизайн зданий и сооружений, элементов ландшафта, мебели, оборудования и т.д. Проблемы современных городов, как объект работы архитектурной мастерской.

Открытие бизнеса в сфере архитектурного и средового дизайна. Анализ спроса и предложения на рынке архитектурного и средового дизайна и оценка уровня конкуренции. Сферы услуг для начинающих архитектурных фирм. Специализация архитектурных фирм. Специализированные архитектурные бюро. Универсальные архитектурные компании. Разработка стратегии развития архитектурной фирмы с учетом постоянного роста привлекательности для потенциальных клиентов.

Разработка бизнес-плана для архитектурного бюро. Состав и структура бизнес-плана архитектурного бюро. Стартовые инвестиции и регулярные расходы компании. Расчет ценовой политики компании. Расчет окупаемости бизнеса с учетом количества привлекаемых заказчиков. Определение необходимости привлечения заемных средств.

Регистрация компании в сфере архитектурного и средового дизайна. Анализ существующих организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в сфере архитектурного и средового дизайна и выбор подходящего варианта.

Индивидуальное предпринимательство как основная организационно-правовая форма предпринимательской деятельности в сфере архитектурного и средового дизайна. Особенности процесса регистрации ИП и ООО в Федеральной налоговой службе.

Организация производственного процесса в сфере архитектурного и средового дизайна. Основные этапы архитектурно-дизайнерского проектирования. Предпроектный анализ. Разработка проектных идей. Эскизирование. Детальная разработка. Компонировка экспозиционной части. Особенности проектирования отдельных видов предметно-пространственной среды. Особенности формирования внешней формы и внутреннего пространства здания, современных многофункциональных комплексов и систем.

Продвижение архитектурных проектов. Особенности рынка архитектурного и средового дизайна. Высокий уровень конкурентной борьбы. Снижение спроса на услуги из-за уменьшения доходов населения. Разброс в качестве и стоимости архитектурных услуг. Основные варианты продвижения архитектурных проектов. «Продающие» страницы. Демонстрация процесса работы над проектами. Ведение блога.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.08 «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ»

Цель освоения дисциплины: повышение творческого потенциала и творческих запросов обучаемых при помощи осваиваемых компьютерных технологий, развитие

пространственного мышления, свободное владение специализированными приложениями в создании произведений современного графического и веб-дизайна.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Adobe Illustrator. Введение в векторную графику. Новый документ. Артборды. Preferences. Навигация внутри документа. Обзор панелей и инструментов. Объекты. Маски объекта. Isolation Mode. Палитра Layers. Рисование. Контурные. Использование библиотек. Заливка. Инструменты искажения. Кривые Безье. Объекты. Pathfinder. Shape Builder. Символы. Паттерны. Работа с текстом. Палитры Character и Paragraph. Стили Character и Paragraph. Основы верстки. Палитра Appearance. Перевод текста в кривые. Импорт изображений. Работа с масками.

Adobe Photoshop. Основные понятия растровой графики. Работа с документами и изображениями. Редактирование и трансформирование выделенных областей. Работа со слоями. Инструменты рисования. Работа с текстом. Коррекция изображений. Векторные фигуры и контуры. Изучение цветовых профилей. Смарт-объект. Альфа каналы. Цветокоррекция. Повышение резкости изображений. Использование макросов. Фильтры. Коллаж. Подготовка изображений к печати. Работа с панорамами. Резка и верстка web-страницы. Видео в Photoshop. Работа с 3d-объектами. Анимация и 3D.

Моушн дизайн в After Effects. Основы работы и интерфейс After Effects. Слои и таймлайн. Анимация, работа с кривыми, принципы анимации. Эффекты и стили. Маски. Шейпы, шейповая анимация, шейповая графика. Текст, текстовая анимация, типографика. Цветокоррекция. Кеинг. 3D графика и 3D анимация. Трекинг и стабилизация. Выражения (Expressions) в After Effects. Вывод композиции в видеофайл (рендер).

Adobe Premiere. Базовая теория монтажа. Монтаж сцены диалога. Монтаж под музыку, темпоритм в монтаже, быстрое создание слайд-шоу. Импорт материала в Adobe Premiere. Базовый функционал Adobe Premiere. Форматы файлов, технические параметры видео для телевидения, Интернета и кино. Основы звука и работа со звуком в Premiere. Работа с RAW материалами и Proху. Работа с эффектами и масками. Взаимодействие с After Effects. Установка и работа с плагинами

Cinema 4D. Основы работы и интерфейс. Теги в Cinema 4D. Моделирование в Cinema 4D. Деформеры в Cinema 4D. Скульптинг в Cinema 4D. Анимация в Cinema 4D. MoGraph в Cinema 4D. Материалы в Cinema 4D. Рендер и визуализация в Cinema 4D. Динамика в Cinema 4D. Симуляция в Cinema 4D. Xpresso и User Data в Cinema 4D. BodyPaint и UV Edit в Cinema 4D. Риггинг и анимация персонажа в Cinema 4D.

3D Max Studio и его практическое предназначение. Начало простого моделирования, использование модификаторов и сплайнов. Полигоны и полигональные объекты, и их свойства. Моделирование интерьера. Наложение текстур. Визуализация. Экстерьер и особенности его моделирования. Настройки анимации в 3DsMax. Деформаторы пространства и анимация. Динамика. Основы анимации персонажей.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.09 «ОСНОВЫ БИЗНЕСА В ЦИФРОВОМ ДИЗАЙНЕ»

Цель освоения дисциплины: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков в области предпринимательской деятельности применительно к сфере цифрового дизайна.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-4, ОПК-7, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Цифровой дизайн как бизнес. Цифровой дизайн как основа взаимодействия с пользователем. Современные тренды в цифровом дизайне. Цифровой дизайн и веб-дизайн. Особенности предпринимательской деятельности в сфере цифрового дизайна. Нишевые идеи в сфере цифрового дизайна. Дизайн сайтов. Дизайн мобильных приложений. Дизайн программного обеспечения.

Открытие бизнеса в сфере цифрового дизайна. Анализ спроса и предложения на рынке цифрового дизайна и оценка уровня конкуренции. Выбор концепции и масштабов деятельности компании. Аренда офиса, его оснащение и подбор персонала. Разработка стратегии развития компании с учетом роста привлекательности для клиентов.

Разработка бизнес-плана для веб-студии. Состав и структура бизнес-плана веб-студии. Стартовые инвестиции и регулярные расходы компании. Расчет ценовой политики компании. Расчет окупаемости бизнеса с учетом количества привлекаемых заказчиков. Определение необходимости привлечения заемных средств.

Регистрация компании в сфере цифрового дизайна. Анализ существующих организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в сфере цифрового дизайна. Индивидуальное предпринимательство как основная организационно-правовая форма предпринимательской деятельности в сфере цифрового дизайна. Особенности процесса регистрации ИП и ООО в Федеральной налоговой службе.

Организация производственного процесса в сфере цифрового дизайна. Цифровой продукт и процесс его создания. Подготовка и создание презентации проекта. Основные принципы работы с дизайнерами и разработчиками. Особенности сторителлинга и драматургии коротких форматов. Роль ведущего и кастинг. Особенности съемки и монтажа для цифровых платформ. Арт-дирекшн в цифровой среде. Работа по брифу и взаимодействие с клиентом. Питчинг проекта и работа с инвесторами.

Продвижение цифровых продуктов. Особенности продвижения цифровых продуктов. Методы продвижения цифровых продуктов. Landing page. Контекстная реклама. SMM-продвижение в соцсетях. E-mail рассылка. SEO-оптимизация сайта для продвижения в поисковых системах. Основные сервисы аналитики: Google Analytics, Яндекс.Метрика, LiveInternet, Openstat, AppMetrica.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.10 «КОММУНИКАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН»

Цель освоения дисциплины: дать обучающимся целостное представление о процессе создания айдентики и фирменного стиля бренда, средств визуальной коммуникации, разработки дизайна интерфейсов.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОПК-1, ОПК-4, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Определение критериев визуального образа на основании идеи позиционирования и креативной концепции. Анализ фирменных стилей конкурентов. Разработка концепции бренда и фирменного стиля. Создание единого визуального образа бренда в виде оригинальной айдентики. Определение критериев логотипа бренда на основании идеи и креативной концепции. Анализ логотипов конкурентов по заданным критериям. Разработка вариантов логотипа. Выбор и утверждение логотипа бренда. Разработка фирменного знака, фирменного блока, дополнительных декоративных элементов фирменного стиля, цветового решения и

типографики стиля. Развитие дизайна на все ключевые типы носителей. Разработка концепции дизайна деловой документации, определение места нанесения фирменной символики на рекламную, сувенирную и иную продукцию.

Подготовка в печать оригинал-макетов разработанных носителей фирменного стиля и их фиксация в бренд-буке. Дизайн и верстка печатной версии бренд-бука: описание концепции позиционирования и платформы бренда, описание основных констант фирменного стиля, шрифты и их использование, цветовое решение логотипа и фирменного стиля, расположение дополнительных графических элементов.

Мониторинг и анализ российского и зарубежного опыта в области дизайна упаковки. Рассмотрение лучших экземпляров с позиции: тип и объем упаковки, материал, цвет, потребительское восприятие. Определение наиболее функционального и удобного для потребителя объема упаковки. Формообразование и выбор оптимальной формы упаковки. Разработка общей концепции дизайна упаковки бренда. Разработка креативных имиджевых концепций и дизайна макетов наружных рекламных носителей.

Понятие интерфейса. Способы взаимодействия с интерфейсами. История: первые интерфейсы. Задачи интерфейса. User story. Понятие User eXperience. Референсы: функциональные и визуальные. Визуализация UX и UI инструментов. Критерии оценки качества интерфейса. Профессиональные навыки и личные качества дизайнера интерфейсов. Настоящее и будущее дизайнеров интерфейсов. Определение функционального типа будущего сайта. Постановка задач по разработке сайта. Разработка концепции дизайна сайта. Разработка концепции мобильного приложения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.11 «ДИЗАЙН-ИССЛЕДОВАНИЯ»

Цель освоения дисциплины: подготовка специалистов, владеющих знаниями и навыками в области дизайн-исследований; изучение состояния и тенденций в данной сфере, структуры, направлений, методов и техник исследований, целей и задач исследования, методов обработки и обобщения результатов; приобретение навыков исследования с применением основных методов и техник.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-7, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Основные понятия. Дизайн-исследование. Жизненный цикл объекта. Методы дизайн-исследований. Потребительское качество продукта. Цели и задачи дизайн-исследования. Основные направления (области) исследований. Основные принципы. Сбор данных. Фиксация данных. Основные составляющие дизайн-исследований. Формулирование целей.

Анализ источников информации. Основные направления поиска информации. Исследование рынка. Предмет исследования в соответствии с основными позициями рынка. Анализ существующих решений. Критический (экспертный) анализ. Сравнение с аналогами (сравнительный анализ). Анализ формы. Анализ стиля. Анализ социокультурного контекста. Исследование производства.

Предмет исследования. Потребности в данном виде продукции. Предпочтения. Требования. Потребительские ниши. Анкетирование. Интервьюирование. Рекомендации по ведению интервью. Оформление протоколов. Качественные методы в маркетинговых исследованиях. Проективные вербальные и невербальные техники в групповых качественных социально-психологических методах.

Особенности психологии и поведения. Наблюдения за поведением в процессе

пользования продуктом. Техники наблюдения. Прямое наблюдение. Фото- и видеометрия. «Один день из жизни. «Мысли вслух». «Очная ставка свидетелей». Анализ (моделирование) типологии потребителей. Сценарный анализ. Анализ ситуаций потребления. Создание и анализ опытных образцов (моделей).

Консультации и/или интервью с опытными и неопытными потребителями аналогичного оборудования и соответствующие наблюдения. Анализ отношений пользователя с объектом проектирования путем наблюдения или моделирования. Дополнительное изучение выявленных аспектов поведения потребителей изделия. Фиксация и анализ результатов.

Систематизация и обоснование результатов по разным видам анализа. Сведение результатов всех видов анализа. Уточнение целей и задач проекта по результатам анализа. Формулирование основных требований к дизайн-проектированию. Научные методы систематизации. Метод проектной классификации. Методы систематизации данных. Группировка проблем. Схемные методы структурирования.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.12 «ОСНОВЫ БРЕНДИНГА»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся системы знаний по общей теории и практике управления брендами с учетом исторических тенденций и современного развития.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-6, ПК-4, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Происхождение и эволюция понятия «бренд». Определение понятия «бренд» с точки зрения микроэкономической теории и психологии потребительского поведения. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации. Товарный и корпоративный брендинг. Понятие бренда в системе терминов «клеймо», «торговая марка», «товарный знак», «товар» и «маркетинг».

Эволюция форм товарного обозначения. История возникновения и направления развития брендинга. «Три волны» в истории брендинга. Сходство и различие подходов изучению брендинга. Практика азиатских стран. Современные тенденции западного и российского брендинга. Особенности российских и зарубежных брендов.

Миссия и идеология бренда, корпоративная этика. Корпоративная идентичность и фирменный стиль. Бренд-бук. Структура бренд-бука. Фирменный стиль в корпоративных коммуникациях. Развитие корпоративных культур брендов в малых и крупных компаниях.

Продукт. ДНК бренда. Платформа бренда. Легенда и миссия бренда, индивидуальность, видение. Идентичность и позиционирование бренда. Целевая аудитория, выгоды бренда, отличие от конкурентов. Визуализация и креативная концепция бренда. Каналы коммуникаций. Имидж бренда, воспринимаемый потребителем. Капитал бренда. Стоимость бренда. Типы брендируемых объектов. Распространенные схемы взаимоотношения брендов одной компании. Особенности различных подходов к брендингованию. Соотношение корпоративных брендов с товарными брендами. Архитектура брендов. Зонтичные бренды и суббренды. Мультибренд и зонтичный бренд. Сущность локального бренда. Преимущества глобальных брендов перед локальными.

Портфель брендов. Роли брендов в портфеле. Роли брендов в контекстах товарного рынка, основные типы соотношений. Структура портфеля брендов, основные параметры. Овербрендинг. Марочное семейство.

Бренд в контексте семиотики. Понятие семиотического знака. Понятийное

содержание товара (сигнификат). Бренд как семиотический треугольник. Бренд как социальный миф о товаре. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения. Ценности, чувства и характер личности бренда. Сила, активность, уважение бренда, доверие к нему.

Планирование в брендинге. Изменение роли брендинга в маркетинговых концепциях XXI века. Бренд на рынках B2C и B2B, значимость бренда для различных типов рынков. Брендинг как стратегия на рынках с высоким уровнем конкуренции. Место и роль бренда в стратегии компании. Бренд-лидерство. Аудит бренда. Методы изучения развития бренда..

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.13 «ОСНОВЫ БИЗНЕСА В FASHION-ИНДУСТРИИ»

Цель освоения дисциплины: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков в области предпринимательской деятельности применительно к fashion-индустрии.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ПК-6, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Понятие индустрии моды. Особенности предпринимательской деятельности в индустрии моды. Субъективность рынка. Сезонность. Импульсные покупки. Высокая волатильность спроса на рынке. Модные товары и услуги. Нишевые идеи в индустрии моды. Промышленные и частные ателье. Модные дома. Швейные производства. Магазины тканей и фурнитуры. Организация модных показов.

Открытие бизнеса в индустрии моды. Анализ спроса и предложения на fashion-рынке и оценка уровня конкуренции. Возрастание конкуренции со стороны производителей сегмента масс-маркета и модных технологичных стартапов. Аренда офиса, его оснащение и подбор персонала. Разработка стратегии развития компании с учетом постоянного роста привлекательности для потенциальных клиентов.

Разработка бизнес-плана компании в индустрии моды. Состав и структура бизнес-плана компании. Стартовые инвестиции и регулярные расходы компании. Разработка ценовой политики компании. Определение необходимости привлечения заемных средств.

Регистрация компании в индустрии моды. Преимущества работы по франшизе. Особенности процесса регистрации компаний в Федеральной налоговой службе.

Организация процесса создания модной коллекции. Основные этапы процесса создания модной коллекции. Постановка цели создания коллекции. Выбор основной идеи коллекции и изучение трендов. Подбор материалов и фурнитуры. Создание эскизов. Выбор лучших экземпляров. Детальное конструирование. Создание «эталонов». Создание чистовых лекал и градирование по размерам. Изготовление коллекции. Участие в модном показе и реализация коллекции.

Продвижение брендов в индустрии моды. Организация виртуальной точки продаж: сотрудничество с крупными ресурсами или создание собственного интернет-магазина. Интерактивная поддержка сайта. SEO-продвижение сайта в поисковиках. Контекстная реклама. SMM-продвижение бренда. PR-продвижение бренда. Управление репутацией в сети. Статейный, вирусный, скрытый маркетинг.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.14 «ОСНОВЫ ТИПОГРАФИКИ»

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов профессиональных навыков типографического оформления продукции в зависимости от ее вида, способности к обоснованному выбору шрифтового и композиционного оформления в процессе проектирования и создания объектов визуально-графической среды.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Понятие «типографика». От рисунка к букве. Форма знаков как производное от инструмента. Старая типографика. Новая типографика. Швейцарская типографика. Типографика постмодернизма Место типографики в графическом дизайне. История развития наборного шрифта. Исторически сложившиеся типы шрифтов. Понятие гарнитуры и начертания. Компьютерный набор. Основные характеристики текстов. Конструкция букв. Классификация шрифтов. Система знаков. Прописные и строчные буквы. Части букв. Контрформа буквы. Межбуквенное расстояние. Шрифт как инструмент. Текстовые и акцидентные шрифты. Пропорции внутри шрифта. Контрастность шрифта. Оптический размер шрифта Качество шрифта. Оптические компенсации в шрифте. Графическая рифма в слове. Использование выразительных средств набора для создания фирменного знака. Основы верстки. Алгоритм верстки. Теория типографической относительности. Позиционирование элементов на плоскости. Правило внутреннего и внешнего. Модульность. Формат, поля и интерлиньяж. Базовые элементы. Форма текста. Порядок чтения. Управление вниманием. Иллюстрации. Верстка текстовой страницы. Верстка главной страницы сайта.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.15 «ФОТОГРАФИЯ»

Цель освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с теоретическими сведениями и практическими навыками, необходимыми в работе с современной фотоаппаратурой и современными программными средствами обработки фотографии.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-2, ОПК-7, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Определение фотографии. Химическая предыстория. Эксперименты как основа для создания фотографии. Первые закрепленные изображения. История развития фотографии. Методы получения фотографического изображения Современные тенденции развития фотографии и фототехники.

Матрица. Формат записи изображения. Носители информации, корпус, вариообъектив, диафрагма, система фокусировки, система экспомера, монитор, видоискатель, интерфейсы, питание. Зонная система Адамса. Характеристическая кривая и передаточная характеристика. Чувствительность. Автоматический, сюжетные и творческие режимы. Баланс белого. Экспозиция, экспокоррекция, эксповилка.

Изобразительные средства фотографии. Конструкция и композиция. Тон, линия, пятно. Тожество, нюанс, контраст. Статика и динамика. Черно-белая фотография. Сенсibilizаторы и появление цветной фотографии. Моментальная фотография. Цифровая фотография и принципы работы цифровых камер. Перспективы развития фотографий. Основные жанры фотографии как искусства.

Принципы фотоконпозиции. Способы создания иллюзии трехмерного пространства на плоскости фотографии. Последовательность процесса изучения снимка зрителем. Главный объект, сюжетный центр, формат снимка. «Золотые правила» композиции. Цветовой, качественный и количественный контрасты.

Современные составляющие культуры при создании фотографии для целей рекламы и дизайна. Практика документализма при создании фотографий и ее влияние на рекламу и дизайн. Бытовое фотографирование и его использование в рекламе и дизайне. Критерии создания фотографической части рекламы Удачные рекламные образы, созданные на основе фотографий.

Основные операции преобразования изображения. Кадрирование, удаление дефектов, исправление перспективы, композиции. Установка цветового баланса, изменение тонового диапазона. Улучшение контраста и насыщенности цвета. Улучшение резкости. Перевод снимка в черно-белое изображение и дальнейшая его коррекция по каналам. Замена фрагментов. Использование фильтров.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.16 «ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМНОМ БИЗНЕСЕ»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся общих представлений о месте дизайна в процессе производства рекламного продукта, направлениях деятельности и основных функциях дизайн-менеджмента в рекламе.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ПК-4.

Краткое содержание дисциплины: Планирование рекламных кампаний. Место маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга-микс. Реклама (advertising). Стимулирование сбыта (sales promotion). Связи с общественностью (public relations). Личная продажа (personal selling). Массовые коммуникации. Индивидуальные коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Концепция маркетинга событий (the community cause related marketing). Инструменты реализации бизнес-стратегии. Понятие и значение инструментов реализации бизнес-стратегии в рекламном бизнесе. Лендинг пейдж. Скрипты продаж. Маркетинг-кит. Реклама и продвижение в социальных сетях. Коммерческие предложения. Контекстная реклама. E-mail маркетинг (чат-боты). Мотивационная схема персонала. Контент-маркетинг. SEO маркетинг.

ATL (Above the Line) реклама. Прямая реклама: коммуникации посредством массовых средств рекламы. Пресса, как часть ATL рекламы. Радио, как часть ATL рекламы. Телевидение, в качестве ATL рекламы. Реклама в кинотеатрах. Полиграфическая реклама. Наружная реклама. Внутренняя реклама. Реклама на выставках. Реклама на транспорте. Реклама в Интернете.

BTL (Below the Line) реклама. Организация и проведение мероприятий по стимулированию конечных покупателей. Consumer promotion (стимулирование сбыта среди потребителей). Проведение дегустаций. Программы лояльности. Trade promotion (стимулирование сбыта среди торговых посредников). Участие в выставках. Direct marketing (прямой маркетинг). POSm (рекламные материалы). Прочий трейд-маркетинг.

TTL (Through the Line) реклама. Объединение инструментов ATL и BTL. Цели TTL рекламы. Виды TTL коммуникации. Преимущества TTL инструментов. Проведение TTL кампании: анкетирование онлайн и оффлайн; разработка коммуникационной концепции; выбор ATL инструментов; выбор BTL инструментов; оценка эффективности TTL кампании. SMM-инструменты. Лонгриды. Micro Influencers (небольшие лидеры

мнений). Рассылки пабликов в ВК. Чат-боты. Интерактивный контент. Highlights Stories (ключевые моменты), Shopping Tags (товарные метки), IGTV в Инстаграм. Короткий видеоконтент в новостной ленте. Стримминг. Ведение блогов и личных страниц руководством компаний. Augmented Reality (дополненная реальность). Комплексное стратегическое планирование.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.17 «ОСНОВЫ БИЗНЕСА ПО ПРОИЗВОДСТВУ ДИЗАЙН-ПРОДУКЦИИ»

Цель освоения дисциплины: формирование у слушателей целостного представления об экономическом механизме функционирования производственных предприятий сферы дизайна.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-6, ОПК-7, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Роль и место производственных предприятий в сфере дизайна. Понятие производственного предприятия. Цели, задачи и принципы работы производственных предприятий. Производственное предприятие как комплексное образование (экономическая система, социальная система, техническая система). Специфика деятельности производственных предприятий в сфере дизайна. Виды производственных предприятий на рынке дизайн-продукции.

Образование и ликвидация производственного предприятия сферы дизайна. Общая модель образования производственного предприятия как хозяйственной системы в рыночных условиях. Системные принципы работы предприятия. Балансировка интересов предприятия и основных субъектов микросреды. Особенности образования производственного предприятия сферы дизайна. Ликвидация производственного предприятия: порядок, этапы, процедуры. Процедура банкротства.

Разработка бизнес-плана производственного предприятия сферы дизайна. Состав и структура бизнес-плана производственного предприятия сферы дизайна. Резюме проекта. Анализ рынка. Описание продукта. Маркетинговый план. Производственный план. Организационный план. Финансовый план. Анализ рисков.

Регистрация производственного предприятия сферы дизайна. Анализ существующих форм собственности производственных предприятий сферы дизайна и выбор подходящего варианта. Утверждение учредительных документов. Государственная регистрация производственного предприятия. Особенности процесса регистрации производственных предприятий в Федеральной налоговой службе.

Организация производства на предприятиях сферы дизайна. Научно-исследовательская и опытно-конструкторская подготовка производства. Технологическая подготовка производства. Инструментальная подготовка производства. Организационная подготовка производства. Закупка ресурсов. Производственные процессы предприятия. Процессы распределения готовой продукции. Организация системы сбыта дизайн-продукции. Сбыт как комплекс коммерческих, организационных и технологических мероприятий по доведению продукции до конечного потребителя. Изучение рынка сбыта дизайн-продукции. Продвижение продукции на рынке. Выбор каналов сбыта. Разработка планов сбыта. Транспортировка продукции, подготовка ее к продаже.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.18 «АВТОРСКОЕ И ПАТЕНТНОЕ ПРАВО»

Цель освоения дисциплины: системное изучение правового регулирования отношений в области авторского права, в том числе рассмотрение основных его элементов, исследование российского законодательства и международных нормативно-правовых актов в указанной области, а также формирование у студентов комплекса необходимых знаний о правовой охране объектов авторского права, формах и способах их использования.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-4, ОПК-7, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Этапы становления авторского права и смежных прав. Охрана авторских прав в России. Основные законодательные акты в сфере авторского права. Субъекты авторского права. Автор и иные первоначальные обладатели авторских прав. Регистрация авторских прав. Доказательство принадлежности авторских прав. Презумпция авторства. Объекты авторского права. Понятие интеллектуальной собственности. Понятие произведения. Произведения, охраняемые и не охраняемые авторским правом. Охрана идей, названий и иных частей произведений. Объекты дизайна как произведение. Авторские права. Право авторства и право на имя. Личные имущественные и неимущественные права авторов. Исключительное право на произведение. Право на вознаграждение. Право на неприкосновенность, на обнародование произведения. Принцип исчерпания прав. Понятие использования произведения. Срок действия авторского права в российском законодательстве. Общественное достояние. Переход и передача авторских прав. Переход авторских прав по наследству. Передача прав на произведение. Виды авторских договоров. Оформление договора. Основные условия договора. Форма договора. Презумпции, применяемые при толковании авторского договора. Соотношение авторских и смежных прав. Нарушения авторских прав.

Источники патентного права. Патентное законодательство РФ. Объекты патентного права. Понятия и признаки изобретения, полезной модели, промышленного образца.

Объекты дизайна как объекты патентного права. Проблемы новизны, оригинальности, промышленной применимости. Субъекты патентного права. Общие положения оформления прав. Содержание патентных прав авторов изобретений, полезных моделей, промышленных образцов. Защита прав авторов и патентообладателей

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.19 «РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ
ДИЗАЙН-БИЗНЕСА»

Цель освоения дисциплины: создание условий для формирования и развития у обучающихся креативного мышления, творческого подхода к проектированию, приобретения навыков разработки проекта в различных сферах дизайн-бизнеса.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-4, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Понятие проектирования. Сущность дизайна как проектной творческой деятельности. Виды дизайнерских разработок. Предмет дизайна и объекты дизайна. Инженерное проектирование. Типология дизайн-деятельности.

Области дизайн-деятельности и субъекты дизайна. Направления дизайн-деятельности. Специализация дизайн-деятельности по классам, группам и видам объектов дизайна.

Особенности дизайнерского проектирования. Структура процесса проектирования. Принципиальная модель процесса дизайнерского проектирования. Процесс решения задачи проектирования. Системный подход к дизайну. Этапы проектной деятельности. Разработка технического задания. Согласование проекта с заказчиком. Проектирование. Авторский надзор. Этапы создания дизайн-проектов. Цели предпроектного исследования. Сбор необходимых данных и их анализ. Изучение функциональности продукта с целью выявления достоинств и недостатков эксплуатации изделия. Формирование технического задания. Дизайн-концепция как развернутое дизайнерское исследование. Условия становления дизайн-концепций в проектировании. Этапы предпроектного исследования.

Понятие технического задания. Назначение технического задания. Функции технического задания: организационная, информационная, коммуникационная, юридическая. Принципы написания технического задания. Структура технического задания. Данные о Заказчике и Исполнителях. Конфигурация технических средств. Стоимостные данные. Техническое задание для дизайнерского проекта.

Типология проектной графики. Основные типы проектно-графического изображения. Наброски, поисковые рисунки, эскизы и демонстрационные рисунки. Понятие макетирования. Виды макетирования. Функции макетов. Типология макетов. Классификация художественно-проектных макетов по структурно-технологическим показателям и материалу. Система виртуального макетирования.

Понятие сферы дизайн-бизнеса. Классификация сфер дизайн-бизнеса. Особенности разработки проекта в сфере графического дизайна. Особенности разработки проекта в сфере цифрового дизайна. Особенности разработки проекта в сфере архитектурного и средового дизайна. Особенности разработки проекта в fashion-индустрии.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 5 зачетных единиц, 180 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса, курсовой проект разрабатывается в 7 семестре.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «ШРИФТ И КАЛЛИГРАФИЯ»

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов теоретических данных шрифтоведения по истории, морфологии и эстетике шрифта, включая понятия предмета и объекта в изобразительном искусстве, вопросы теории композиции, художественного образа, выразительных средств; умение рисовать буквы на профессиональном уровне, разбираться в принципах построения и характере букв.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4, ПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Понятие «шрифт». Восприятие печатного текста. Связь рисунка букв с содержанием. Образность шрифта. Разборчивость. Удобочитаемость. Типы шрифта в зависимости от их исполнения. История шрифта. Эволюция шрифтовых форм и их взаимосвязь с технологиями печати. Понятие графемы знака. Основные элементы букв, их названия и взаимосвязь. Оптические иллюзии. Динамика знака. Начертания шрифта. Кернинг. Гарнитур. Пиктография и идеография. Письменность древних греков и римлян. Развитие латинской письменности. Гуманистическое письмо. Наборные латинские шрифты: антиква старого стиля, переходная антиква, антиква нового стиля. Брусковые шрифты и другие эксперименты 2-й половины XIX века. Новые гротески. Ленточная антиква. Акцидентные шрифты конца XIX-начала XX века. Возникновение глаголицы и кириллицы. Гражданский петровский

шрифт. От Елизаветинской к современному наборному шрифту.

Кириллизация латинских шрифтов, проблемы кириллизации. Системы Дидо и Пика. Связь единиц измерения. Типографские наименования кеглей разных размеров. Виды компьютерных шрифтов. Форматы шрифтовых файлов. Метрики. Основные принципы и техника построения буквы в векторном редакторе. Редакторы шрифта. Анатомия знака. Морфология и эстетика шрифта. Понятия стиля. Разделение шрифтов на категории с точки зрения дизайна и назначения. Классификация современных наборных шрифтов. Функциональная классификация. Морфологическая классификация. Современная шрифтовая культура. Гарнитуры шрифтов современных печатных изданий, их характеристики. Стилизация надписей. Основы леттеринга. Остроконечное перо. Русская каллиграфия. Современная каллиграфия. Композиционное решение. Оформление объекта. Гротеск и антиква. Каллиграфические ошибки

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **Б1.В.ДВ.01.02 «ЛЕТТЕРИНГ»**

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся понимания шрифтовой композиции, как системы графически взаимосвязанных элементов, передающих визуальную информацию; формирование базовых навыков в области создания знаков, символов рисованного шрифта и шрифтовых композиций средствами леттеринга.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4, ПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Леттеринг: дефиниции и спектр применения. История возникновения леттеринга. Леттеринг как один из видов искусства. Леттеринг, каллиграфия, наборный шрифт: сходства и различия. Базовые штрихи и элементы букв. Основные материалы для создания леттеринга. Основные стили и типы леттеринга. Остроконечное перо, ширококонечное перо, современная каллиграфия, леттеринг кистью, маркером.

Основные правила составления буквенных композиций. Создание гармоничного ритма внутри надписи. Расставление акцентов и организация рубрики в тексте. Техники «Пятно» и «Линии». Взаимодействие букв между собой в словах и предложении. Соединение элементов букв. Панграмма. Монограммы. Референс. Принципы выбора композиционной фактуры и формы.

Поиск пропорций и масштаба. Гармоничная организация пространства листа, полей, композиционного центра. Создание шрифтовых композиций на основе изученных шрифтов в базовых форматах. Законы восприятия и тонкости цветовой гармонии. Написание простых фраз изученными шрифтами в цвете. Особенности анализа визуальной стилистики написания букв и знаков.

Использование декора в леттеринге. Дополнительные графические элементы, которые усиливают впечатление от шрифта (брызги, подтеки, рамки, выносные элементы и линии). Работа силиконом, маскирующей жидкостью, кистью. Написание слов новыми материалами. Выбор фразы о дизайне и разработка шрифтовой композиции на ее основе. Эскизирование, поиск стилистики, финальная композиция

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.01 «ТЕХНОЛОГИИ ПОЛИГРАФИИ»

Цель освоения дисциплины: развитие у обучающихся теоретических знаний и практических навыков для создания технологически выверенных оригинал-макетов изданий и графических изображений различного типа, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-7, ПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Печатные процессы. Основные виды печати. Особенности многоцветной и одноцветной печати. Цифровые печатные машины. Прямая печать с компьютера. Распределенная печать. Бумага для печати. Базовые форматы бумаги. Характеристики бумаги. Печатные краски. Типы красок и методы сушки.

Печатные формы. Изготовление печатных форм. Капельно-струйная технология изготовления печатных форм. Растривание. Растровый процессор. Параметры раstra. ЧМ-растривание. Многоуровневое растривание. Профессиональные системы и треппинг. Ручное и автоматическое устранение треппинга.

Виды цифровых изображений. Форматы векторных и пиксельных файлов. Аппаратное обеспечение. Программное обеспечение. Особенности работы в программах MS Word, QuarkXpress, InDesign, PageMaker, Photoshop, Illustrator, Corel Draw, Macromedia Freehand, Adobe Acrobat, Adobe PS Driver, Adobe Type Manager, FlightCheck.

Основы теории цветопередачи. Системы цветопередачи. Отображение и преобразование цвета. Цветовой тон. Насыщенность. Яркость. Цветовое пространство. Методы сжатия данных. Сжатие пиксельных изображений. Сжатие текстов и штриховых изображений. Схемы сжатия без потерь. 4- и 8-bit сжатие. Сжатие JPEG.

Калибровка и профилирование сканера. Эталонные таблицы-мишени. Программы-калибраторы. Калибровка и профилирование монитора. Калибровка принтера. Экранная цветопроба. Офсетная цветопроба. Технология Hi-Fi Color. Цветовые преобразования. Баланс серого. Цифровая цветопроба. Композиционная и контрактная цветопроба. Особенности цветопробы для офсетной четырехкрасочной печати.

Баланс цвета в СМΥК. Генерация черного и предельная сумма красок в СМΥК. Баланс цвета в RGB. Балансировка изображения в Photoshop (Curves). Общий принцип баланса в RGB. Осветление и затемнение различных участков тонового диапазона. Использование модели Lab. Работа с кривой Lightness для регулирования тона. Цветокоррекция и цветоделение. Конвертирование изображений.

Спуск полос. Приводка и совмещение. Поле захватов. Типы спуска полос. Фальцовка. Брошюровочно-переплетные процессы. Книги в твердых переплетах. Скрепление скобами в линию. Переплет с гребнеобразной скобой. Скрепление проволоочной спиралью, тканевой лентой. Скрепление в паз. Клеевое бесшвейное скрепление в линию. Операции в брошюровочно-переплетных процессах и отделке.

Стандарты качества полиграфической продукции. Критерии оценки качества печатного оттиска. Общие требования к качеству полиграфической продукции. Виды полиграфического брака, их причины и возможные способы устранения. Контроль качества печати по тиражному листу. Денситометрический контроль

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 «ВЕРСТКА И МАКЕТИРОВАНИЕ
ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ»

Цель освоения дисциплины: формирование теоретических знаний студентов о специфике макетирования и верстки изданий разных типов, формирование практических навыков анализа типа издания, разработки макета и верстки изданий разных типов.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-7, ПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Понятие макета. Основные элементы книжного издания. Переплет. Порядок подготовки макета как многоступенчатый и длительный процесс. Сбор материала для будущего издания как начальный этап. Сверка с оригиналами. Выбор программного обеспечения. Определение общих параметров издания. Способы выделения значимых для издания элементов. Требования ГОСТа 7.60-90 /2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения» к печатной продукции. Макетирование научных и учебных изданий, газетной полосы, программы научной конференции, программы путешествия. Требования к оригинал-макету.

Особенности макетирования научной статьи. Особенности макетирования сборника научных трудов. Особенности макетирования программы научной конференции. Особенности макетирования титульного листа. Особенности макетирования таблиц. Применение стилей в макетировании средствами Microsoft Word. Графические редакторы Paint, Photoshop. Макетирование с помощью программы Page Maker.

Понятие симметрии как основной категории для разработки композиции будущего издания. Понятие асимметрии. Виды симметрии: зеркальная (осевая), центральная, винтовая, по сдвигу. Виды симметрии в практике макетирования и верстки. Обзор изданий различных типов, в основном их обложек и форзацев, и анализ использования видов симметрии в издательской практике.

Верстка как монтаж полос издания. Требования к верстке: единообразие расположения элементов издания; заверствывание титула, авантитула, шмуцтитулов, начала первого из предисловий на нечетных полосах, верстка контртитула и фронтисписа на четных полосах; запрет «висячих строк»; определение размеров спусков, оформления колонтитуллов и колонцифр, абзацных отступов, кеглей.

Понятие сложного издания. Виды сложных изданий. Требования к верстке сложных изданий: стихотворный текст (выключка строк по центру, перенос текста с одной полосы на другую); драматическое произведение (набор имен действующих лиц); поперечная или распашная таблица (кегель для набора таблиц, перенос таблиц с одной полосы на другую); словарь (выделение лексикографических помет, иллюстраций)

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.03.01 «АРТ-ДИРЕКШН»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся системы знаний и умений в области разработки и внедрения комплексных дизайн-проектов, навыков эффективного управления креативной командой.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-6, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Обязанности, навыки и умения арт-директора. Задачи арт-директора. Основные проблемы при переходе от дизайнера к управленцу. Тайм-менеджмент. Общение с дизайнерами. Встречи с клиентом. Как быть на волне трендов в дизайне: рисуем сами. Баланс между менеджерской и дизайнерской работой.

Бренд-модель, big idea и атрибуты бренда. Design concept. Логобук и брендбук. Сопровождение айдентики. Сайты — с чего стартовать, нужно ли понимать UX и как разработать сайт — от концепта до лонча. UX-дизайн и дизайн-мышление. Разработка приложений - design approach, гайдлайны для iOS и Android, UI-анимация. Визуал — шрифты, иллюстрации и иконки. Работа над портфолио и кейсами.

Основные механики менеджмента и возможность их применения в дизайн-студиях. Типы проектов и методы их ведения. Декомпозиция проекта на задачи, выбор типа планирования и подходящих инструментов. Pre-sale. Цели и задачи проекта. Предпроектная аналитика. Проектирование. Дизайн-концепция. Макеты. Финализация дизайна. Авторский надзор frontend. Backend и тестирование.

Оценка экономики проекта. Зоны риска и закладывание дополнительного времени на итерации и правки. Тактика переговоров с клиентом для продажи моделей почасовой и фиксированной оплаты труда. Составление сметы проекта и определение бюджета. Определение цены разработки дизайн-решений. Оценка долгосрочной продажи новому клиенту. Планирование бюджета клиента. Емкость проекта.

Шаблоны документов, единая поддерживаемая библиотека компонентов, структура папок и файлов и другие аспекты. Важность систематизации информации. Дефолтный проект. Стандарты размеров, названий, структуры. Подход к работе со шрифтами. Единая база с паролями. Описание подходов к проектированию, frontend. Список проектов студии. Список полезных ресурсов. Разработка и поддержка командной библиотеки.

HR в дизайн-студии. Творческий ресурс студии. Штатные сотрудники, лояльные аутсорсеры, команда под проект. Отбор и собеседования дизайнеров. Система грейдов и мотивации. Методики управления командой в зависимости от стадии проекта. Мотивация и коммуникация внутри команды. Прокачка дизайнеров, методы борьбы с перегоранием. Разрешение споров. Управление удаленной командой.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.03.02 «ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ»

Цель освоения дисциплины: создание условий для формирования и развития у обучающихся особого стиля мышления, для которого характерно понимание дизайнерского проектирования как творческого процесса, направленного на преобразование окружающей среды.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-6, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Понятие мышления. Процессы и операции мышления. Пути развития и активизации мыслительной деятельности. Познавательные процессы. Типы мышления. Основы логического мышления. Операции над понятиями. Законы логики. Интуиция и её роль в мышлении. Интуиция и творчество.

Понятие креативности. Подходы к определению сущности творчества. Концептуальные основы креативности. Условия актуализации творческих способностей.

Творчество как процесс. Барьеры креативности. Этапы, стадии и фазы креативного процесса. Инсайт как этап креативного процесса. Креативность в профессиональной деятельности. Раскрытие творческого потенциала коллектива.

Понятие «дизайн-мышление». Основные этапы развития дизайн-мышления. Институт управления дизайном (DMI). Школа HPID. Основание IDEO. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Проектное мышление: генерирование инновационных идей. Дизайн-мышление как системный подход. Дизайн-мышление в России. Современное состояние метода дизайн-мышления.

Эмпатия как этап дизайн-мышления. Методы сбора информации. Определение, как этап дизайн-мышления. Методы обработки полученной информации. Поиск идей как этап дизайн-мышления. Способы генерирования идей. Прототипирование как этап дизайн-мышления. Способы создания прототипов. Тестирование как этап дизайн-мышления. Способы получения обратной связи о созданных прототипах.

Проектное мышление. Метод проектной деятельности в сфере дизайна. Цели проектирования в сфере дизайна. Основные отличия проектов в сфере дизайна от других видов творческой деятельности. Текущее состояние и мировые тенденции в области управления проектной деятельностью в сфере дизайна. Международные стандарты проектной деятельности в сфере дизайна.

Этапы проектной деятельности в сфере дизайна. Процессы планирования и определения целей проекта. Формирование целей проекта. Принципы декомпозиции целей и создания иерархической структуры проекта. Построение модели проекта. Планирование реализации проекта. Методы и принципы завершения проекта. Реализация планов ведения проектной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 «КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И УПРАВЛЕНИЕ ТВОРЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ»

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

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-6, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Методы поиска креативной концепции. Понятие креатива. Методы раскрепощения творческого сознания и генерации творческих идей, креативные тактики. Метод Mind map, метод мозгового штурма, синектика, метод ТРИЗ, метод морфологического анализа, метод ролевой игры McCann-Erickson метод латерального мышления Э. де Боно. Критика и совершенствование креативного процесса. Критерии отбора творческих решений.

Технологии создания креативной концепции. Маркетинговая стратегия, рекламная стратегия, креативная стратегия (креативная концепция): взаимосвязь и соотношение терминов. Креативная концепция как способ продвижения бренда. Понятие креативного брифа, принципы его создания. Бриф и дебриф. Типы креативных продуктов. Основные этапы разработки креативной концепции и других типов креативных продуктов.

Вербальные креативные решения. Креативные решения на уровне вербальных разработок ключевых фраз рекламного сообщения и коммерческих названий торговых марок. Понятие игровых техник и языковой игры. Приемы языковой игры при создании

названия и рекламного слогана. Эффект скрытого диалога.

Визуальные креативные решения. Основы визуальной риторики. Визуальные повторы, визуальное сходство, визуальное противопоставление. Игровые приемы компрессии и преобразования смысла. Визуальные искажения, визуальные парадоксы, визуальные гиперболы и литоты, визуальные метафоры и метонимии, визуальные каламбуры, замены и смещения в ролевой структуре. Визуальные приемы диалогизации и интимизации сообщений. Виды креативных стратегий. Стратегии коммуникативного воздействия. Стратегии позиционирующего, оптимизирующего и корректирующего типа. Рационалистические и проекционные стратегии. Концепции рекламных стратегий как основа креативных разработок. Рационалистические, трансформационные и холистические стратегии. Концепция Engagement.

Управление творческим процессом. Креативная работа в структуре различных субъектов. Профессиональные обязанности креативных директоров, копирайтеров и арт-директоров в рекламных и коммуникационных агентствах различных типов. Особенности их взаимодействия с другими сотрудниками. Особенности управления творческим коллективом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 «КРЕАТИВНЫЕ МЕТОДИКИ В ДИЗАЙНЕ»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся научно-теоретической, методологической и экспериментально-практической базы креативного формотворчества, позволяющей осуществлять профессиональную деятельность, связанную с проектированием предметного мира.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ПК-4, ПК-7.

Краткое содержание дисциплины: Креатив в дизайне. Способы генерации идей. Концепция и методы дизайна. Индивидуальный и командный креатив. Типы творческого мышления дизайнера. Общая характеристика креативных методов дизайна. Эвристические методы генерации идей.

Классификация креативных методов по Списку Осборна, Классификация креативных методов по принципу арифметических действий. Объединение креативных методов в группы по принципу аналогичности.

Метод ассоциаций. Метод фокальных объектов. Метод аналогии. Метод личной аналогии или метод эмпатии. Метод сценарирования. Метод фантастической аналогии. Метод трансформированной аналогии или метод неологии. Метод бионической аналогии или бионический метод. Метод исторической аналогии или метод историзма. Метод карикатуры. Коллективный и индивидуальные методы «мозговой атаки».

Метод комбинирования. Метод трансформации. Модульное проектирование. Создание одежды из целого куска ткани. Метод многослойности. Создание безразмерной одежды. Метод мультиплицирования. Метод монолита. Модульный метод проектирования. Метод инверсии. Метод модернизации. Метод «вред – на пользу». Метод усиления местного качества. Метод стилизации.

Общая характеристика аналитических методов. Метод наводящих вопросов. Метод выяснения мнения «других», или «метод складного ума». Метод поиска «идеальной вещи». Общая характеристика ментальных методов. Метод художественного обобщения. Метод стилизации. Метод управления вниманием окружающих. Метод «посредника».

Метод гиперболизации. Метод минимизации.

Общая характеристика игровых методов. Метод карикатуры. Метод кинетизма. Метод деконструкции. Метод дифференциации. Метод интеграции. Метод перестановки. Метод инверсии. Метод асимметрии. Метод совмещения несовместимого. Метод перфорации. Метод коллажа или мозаики. Метод вставок. Метод морфологического анализа. Метод деконструкции. Метод «эффекты наслоений».

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **Б1.В.ДВ.05.01 «ДИЗАЙН УПАКОВКИ»**

Цель освоения дисциплины: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков в области дизайна упаковки.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3, ПК-8.

Краткое содержание дисциплины: Упаковка как средство визуальной коммуникации. История упаковки. Типы упаковок и этикеток для пищевых товаров. Основные составляющие. Упаковка – составная часть маркетинга. Конструкция упаковки. Серия упаковок с единым товарным знаком. Функциональность и потребительские свойства пищевой упаковки. Упаковочная бумага как часть ассоциативнообразного аспекта упаковки. Материалы, форма, размеры, пропорции.

Дизайн цвето-графической концепции упаковки. Определение графических и цветовых постоянных и переменных продукта. Разработка функционально обусловленного визуального образа продукта. Разработка дизайна всех сторон упаковки, формирование сетки, верстка полной текстовой информации. Размещение созданной цвето-графической концепции на разработанную форму производственной упаковки.

Дизайн упаковки для повседневных товаров. Понятие рекламно-упаковочного комплекса для повседневных товаров. Выразительные средства проектирования упаковки. Разработка принципиального оформления продукции фирмы в приложении к различным видам упаковочной продукции: этикетка, ярлык, бутылка, банка, тетрапакет. Материалы, форма, размеры, пропорции. Конструкция упаковки. Графическое оформление упаковки.

Дизайн подарочной упаковки. Понятие подарочного рекламно-упаковочного комплекса. Образно-ассоциативный аспект упаковки. Поиск основной идеи, отображающей суть товара и его специфику. Метафора, синонимия, метонимия, антонимия и др. Цвет в подарочной упаковке. Оригинальность конструкции подарочной упаковки. Разработка подарочного рекламно-упаковочного комплекса.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ **рабочей программы учебной дисциплины** **Б1.В.ДВ.05.02 «ОСНОВЫ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ»**

Цель освоения дисциплины: изучение методов проектирования и проецирования объектов на плоскости, графического создания геометрической формы предметов.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3, ПК-8.

Краткое содержание дисциплины: Художественные средства построения композиции. Формообразование - история и современность. Роль и место формообразования в структуре художественного дизайнерского творчества.

Формообразование как процесс создания формы. Понятие форма. Принципы формообразования. Основные художественные средства построения композиции. Художественная специфика графических средств. Методы и средства исполнения графических средств. Передача фактуры и текстуры материала. Сетчатые конструкции и композиции. Образная мозаика.

Средства гармонии художественной формы. Принципы композиционно-художественного формообразования: рациональность, тектоничность, структурность, образность, целостность. Комбинаторика и орнамент. Фактура и текстура. Способы организации формы (комбинаторика, симметрия, трансформация структур, получение коллажей и самоколлажей путем комбинирования элементов исходной композиции.

Пластика. Зрительное восприятие формы дизайн-объектов. Пластические композиционные средства. Пластический характер. Линейно-пластическая форма и её особенности. Основные приемы передачи художественного образа в композиции. Объемно-пространственная композиция и виды схематических композиций. Ассоциативность, образность и выразительность графических средств. Создание художественного образа. Использование графических средств для усиления выразительности создаваемого художественного образа.

Приемы графического дизайна. Приемы получения изображений. Функциональные возможности графического редактора. Порядок и приемы выполнения операций. Местная коррекция и ретушь изображения. Слои, маски и каналы. Фильтры и эффекты. Создание композиции со сложными контурами на модульной основе. Построение объемно-пространственного изображения. Получение изображений на основе фотоматериалов. Разработка фотоколлажа, фотомонтажа. Шрифт и шрифтовые композиции. Векторизация растровых изображений. Работа с цветом. Работа с текстом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.06.01 «МЕТОДИКИ, ИНСТРУМЕНТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ БРЕНДА»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся системы знаний и умений в области приемов и путей дизайнерской деятельности, закономерностей проектирования и создания брендов, правил работы дизайнера.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-6, ПК-4, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Методы современного дизайнерского проектирования. История методик в дизайнерском проектировании. Классификация методов по характеру организации мышления дизайнера. Методы исследования структуры проблемы и расширения смыслового контекста объекта проектирования. Методы функционального проектирования. Методы эргономического проектирования.

Моделирование в дизайне. Принципы проектного моделирования. Художественно-проектное моделирование. Художественно-образное моделирование. Инновационное и аналоговое проектирование. Композиционное (художественно-конструкторское) формообразование. Факторы композиционного формообразования. Методические приемы

художественно-образного моделирования.

Эвристические методы проектирования брендов. Метод итераций. Метод декомпозиции. Метод контрольных вопросов. Метод синектики. Теория решения изобретательских задач. Метод морфологического анализа. Функционально-стоимостной анализ. Метод агрегатирования. Метод ассоциации. Метод «вживания в роль». Метод «мозговая атака». Метод проектно-графической деятельности. Метод структурного моделирования. Метод «дельфи».

Методы конструирования. Конструктивная преемственность. Составление списка новых требований к конструкции и его анализ. Выявление в конструкции частей, препятствующих удовлетворению этих требований. Поиск путей по усовершенствованию данных частей или поиск вариантов для их замены. Метод стандартизации. Метод унификации. Метод базового агрегата. Метод модификации. Метод инверсии.

Экспериментальные методы проектирования брендов. Цели и виды экспериментальных методов. Пути получения экспериментальных данных. Условия проведения испытаний. Объем испытаний. Объекты испытаний. Процесс испытаний. Виды испытаний: в зависимости от цели, от степени соответствия реальным условиям, от ответственности назначения изделия. Планирование эксперимента. Машинный эксперимент. Мысленный эксперимент.

Формализованные методы проектирования брендов. Методы поиска вариантов решений. Методы автоматизации процедур проектирования брендов. Методы оптимального проектирования брендов. Задачи оптимального проектирования брендов. Методы принятия решений. Однокритериальные задачи. Задачи многокритериальной оптимизации. Выделение области компромиссов. Замена критериев ограничениями. Сведение задачи к однокритериальной.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.06.02 «ВИЗУАЛЬНЫЕ И ВЕРБАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БРЕНДИНГЕ»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся системы знаний по общей теории и практике разработки технологий визуальной и вербальной идентификации бренда.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Визуальная идентификация как основа эффективности дизайна. Современные подходы в понимании задач дизайна. Психология, каналы, инструменты и особенности воздействия дизайна на потребителя. Визуальное восприятие и применение принципов гештальта в дизайне. Роль дизайнерской составляющей в проектировании взаимодействия. UI, UX, юзабилити. Системы корпоративной визуальной идентификации.

Инструменты визуальной идентификации бренда. Визуальный язык. Графические приемы для создания однозначно воспринимаемых графических образов. Базовые законы композиции. Семантика цвета в маркетинговых коммуникациях. Классификация шрифтов. Подбор шрифтов для решения дизайнерских задач. Шрифты и типографика. Стилистика. Семиотика. Иконки, пиктограммы, стиль фотоматериалов и иллюстраций

Фирменный (корпоративный) стиль. Понятие и определения фирменного (корпоративного) стиля. Основные элементы фирменного стиля. Знак, эмблема, логотип. История и эволюция товарного знака. Типология знака. Логотип: история появления и

развития, роль и стили, тренды и антитренды. Виды логотипов. Типографика в логотипе. Фирменный блок. Торговая марка. Носители фирменного стиля бренда.

Названия: типология неймов, этапы нейминга, продажа, приемы создания, кейсы. Как придумать название? Ассоциативные круги и лексические поля. Технология работы с ключевыми словами. Когда название является рекламой? Чем фраза "искать" отличается от слова "гуглить"? Нейминг и субнейминг. Нейминг на иностранном языке. Фантазийный нейминг. Приемы конструирования слов.

Нейминг как технологии. Нейминг, как технология имиджмейкинга. Типология названий. Техники генерации неймов от компании Lexicon. Художественные приемы создания новых слов. Презентация названий. Нейминг доменов. Отличие нейминга для «онлайн» от нейминга для «оффлайн». Хорошо ли быть уникальным? Ритм, рифма, креатив и игра слов как актуальные тренды

Процесс нейминга. Этапы создания названий. Анализ конкурентов и рынка в целом. Изучение платформы бренда. Согласование брифа и выбор направлений для разработки названий. Генерация вариантов названий. Отбор по критериям брифа. Формирование первичного шорт-листа. Лингвистические экспертизы. Тестирование на целевой фокус-группе. Выбор финального варианта. Правовая защита бренда.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.07.01 «КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
В РЕКЛАМНОМ ДИЗАЙНЕ»

Цель освоения дисциплины: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков в области кросс-культурного анализа международной рекламы на соответствие ее восприятию той или иной целевой аудитории.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-6, ПК-4, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Мировой рекламный рынок. Рекламный рынок как крупнейший сегмент мировой экономики. Объем мирового рекламного рынка. Крупнейшие рекламодатели мира. Современное состояние мирового рекламного рынка: глобализация бизнеса, формирование транснациональных корпораций. Степень монополизации мирового рекламного рынка. Экспансия на мировой рекламный рынок новых коммуникационных технологий, функционирующих вне СМИ.

Глобализация и интернационализация международной рекламной деятельности. Подходы к организации международных рекламных кампаний. Международные организации общемирового масштаба. Международные региональные организации. Специализированные международные организации. Контроль международной рекламной деятельности. Международный кодекс рекламной практики МТП.

Кросс-культурные особенности и их учет при организации международных рекламных кампаний. Специфические проблемы международной рекламы. Инерция, сопротивление, отторжение и политика.

Проблемы перевода (языка). Особенности мимики и жестов. Особенности распространения средств массовой информации, охват ими населения. Использование цвета в рекламе, символика цветов разных стран. Пять измерений культуры Хофстеде и их учет при создании международной рекламы.

Специфика восприятия рекламы потребителями разных стран мира. Особенности восприятия рекламы в США. Особенности восприятия рекламы в Японии. Особенности

восприятия рекламы в Европе. Базовые характеристики российского восприятия рекламы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.07.02 «ЭКСПОЗИЦИОННЫЙ ДИЗАЙН»

Цель освоения дисциплины: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков применительно к дизайну в выставочной сфере.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-2, ОПК-3, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Эволюция дизайна экспозиции. История возникновения выставок. Основы систематизации и организации форм показа в XVII веке. Возрастание роли выставок в XVIII веке. Этап развития экспозиции XIX – начало XX века. Первая Всемирная выставка. Всемирная выставка в Париже. Центр развития художественного конструирования в архитектуре и предметной среде – ВХУТЕМАС – рождение дизайна. Этап развития экспозиции 1920-1940-х гг. Этап развития экспозиции 1950-1980-х гг. Этап развития экспозиции 1990-2000-х гг.

Типология пространств в экспозиции. Закрытое пространство - MAGICBOX (волшебный ящик). Открытое пространство - OPENSOURCE. Совмещенные или комбинированные пространства. Многоэтажные конструкции стендов - DOUBLE-DACKER. Научное проектирование экспозиции. Художественное проектирование экспозиции. Пространственное решение экспозиции. Растровые структуры. Принцип модульной сетки. Октагональная и ортогональная сетки. Организация зон недоступности

Цвет, свет и акустика в экспозиции. Роль цветовой среды в пространственно-композиционных решениях. Свет как компонент оформления. Экспозиция освещения плоских экспонатов. Экспозиция освещения объемных экспонатов. Экспозиция искусственного освещения. Экспозиция освещения экспонатов с полированными поверхностями. Управление акустическими условиями в помещении. Обеспечение комфортного звукового микроклимата. Герметизация помещения и звукоизоляция инженерного оборудования.

Технологии в дизайне экспозиции. Принципы построения музейной экспозиции. Методы построения музейной экспозиции. Эмоционально-образные средства экспозиции. Основные типы современных музейных экспозиций. Театрализация экспозиции. Информационные и медиа-технологии в экспозиции. Мультимедийные музейные системы. Фотографика в экспозиции. Особенности дизайна и размещения выставочных стендов. Линейные и островные стенды.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 «ТРЕНДЫ И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ В СФЕРЕ FASHION»

Цель освоения дисциплины: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков применительно к fashion-индустрии в разрезе современных экономических реалий и тенденций развития инновационной экономики.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по

выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-7, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Понятие моды и модных товаров. Мода как сложный феномен человеческой цивилизации. Высокая динамичность и разнообразие модных форм в настоящее время. Модные товары и услуги. Базовые модные продукты. Родственные модные продукты. Модные услуги. Потенциально модные продукты. Культурная и коллекционная ценность модных товаров. Модные товары как экспонаты музеев. Приобретение модных изделий как вложение капитала.

Современное состояние глобального рынка моды. Ключевые игроки глобального рынка моды. Лидеры модной индустрии по объемам продаж. Сегментация модного рынка. Возрастание конкуренции со стороны производителей сегмента масс-маркета и модных технологичных стартапов. Независимые модные бренды. Крупные концерны с диверсифицированными марочными портфелями.

Факторы, влияющие на современную индустрию моды. Онлайн-продажи как импульс развития глобальной модной индустрии. Динамика ключевых модных онлайн-рынков в 2016–2021 гг. Качественные изменения физической дистрибуции. Внедрение новых форматов традиционной дистрибуции. Интеграция моды в Индустрию 4.0. Использование новых материалов при производстве модных товаров. Интеллектуальный текстиль и биотекстиль.

Перспективные тренды развития индустрии моды. Специфические партнерские программы. Передача функций предвосхищения потребностей целевой аудитории на аутсорсинг искусственному интеллекту. Внедрение виртуальных примерочных и использование чат-ботов как уникального средства взаимодействия и усиления связи покупателя с брендом. Переход от социально-демографической сегментации к таргетингу.

Понятие FashionTech. Мода 2020-х и технологические тренды. Digital fashion – производство фешн-аксессуаров, одежды, обуви с интегрированными экранами, панелями, bluetooth-тканями. Cyber fashion – внедрение элементов кибер-культуры в коллекции дизайнеров и в контекст модных показов. AI для распознавания предметов одежды по фото. VR/AR-технологии. Виртуальные инфлюенсеры.

Целевая аудитория и продвижение брендов в индустрии моды. Основные целевые сегменты модной индустрии. Бренды высшей ценовой категории. Переходные бренды (бридж-бренды). Бренды изделий для широкого потребления (массового спроса). Коммуникационные стратегии в индустрии моды. Роль связей с общественностью (PR) в продвижении брендов модных домов. Инструменты продвижения. Использование информационных и коммуникационных PR-технологий.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.08.02 «ТРЕНД-АНАЛИТИКА В СФЕРЕ FASHION»

Цель освоения дисциплины: приобретение обучающимися теоретических знаний и практических умений, и навыков применительно к выявлению, анализу и прогнозированию тенденций в современной fashion-индустрии.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОПК-7, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Основы тренд-аналитики в индустрии моды. Современная модная индустрия, мировые модные тенденции, основные модные бренды.

Понятие модного тренда. Концептуальные основы тренд-аналитики в моде. Школы тренд-аналитики в моде. Французская школа – «ручной» анализ социокультурных трендов, поиск «тонких сигналов» в медиасреде и искусстве. Англосаксонская школа – анализ модных показов с целью выявления общих черт между ними.

Деятельность тренд-бюро и специфика прогнозирования модных трендов. Обоснование возможности прогнозирования моды и выбор определенных методов прогнозирования. Прогнозирование отдельных модных объектов путем экстраполяции (формальный подход). Прогнозирование аспектов образа жизни людей и их потребностей (социальный подход). Деятельность тренд-бюро. Процесс прогнозирования в тренд-бюро. Сбор и анализ информации. Выявление макротрендов. Создание тренд-буков.

Трендвотчинг, кулхантинг, форсайттинг и форкастинг. Современные методы прогнозирования. Кулхантинг (трендхантинг): определение и основные понятия. Алгоритм работы кулхантера. Трендвотчинг: определение и основные понятия. Инструменты, методы и алгоритм работы тренвотчера. Форкастинг и форсайттинг: определение и основные понятия. Отличие форсайттинга от традиционных прогнозов. Инструменты, методы и алгоритм работы трендфоркастера.

Технология создания и оформления тренд-прогноза. Основные инструменты анализа и прогнозирования модных тенденций. Краткосрочные и долгосрочные модные тенденции: определение и алгоритм прогнозирования. Составляющие тренд-прогноза. Алгоритм создания тренд-прогноза для заказчика. Способы визуализации тренд-прогноза. Инструменты и приложения для оформления тренд-прогноза.

Алгоритмы и инструменты создания трендбука. Трендбук как специализированный аналитический обзор. Основные функции трендбука. Разновидности трендбуков. Содержание и составляющие трендбука: основные тенденции сезона, актуальные цвета сезона, стили и образы сезона, фасоны в одежде, ткани, фактуры и принты. Современные подходы к созданию трендбука. Алгоритмы, инструменты и приложения для создания и оформления трендбука.

Процесс разработки трендбука авторской коллекции. Определение замысла проекта трендбука, анализ источников информации. Разработка дизайн-концепции авторской коллекции с элементами брифинга и брендинга. Выбор формы и структуры трендбука. Создание атмосферной карты (moodboard) авторской коллекции. Создание цветовой карты (colorboard) авторской коллекции. Создание конфекционной карты авторской коллекции. Оформление трендбука

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.09.01 «МОУШН-ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся базовых знаний в области типологии культурно-исторических критериев моушн-дизайна и законов создания мультимедиа проектов в рекламе.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Понятие «мультимедиа». Разновидности мультимедиа. Системы мультимедиа. Место мультимедиа в дизайне. Природа анимационного фильма. Принципы восприятия анимационного изображения. История развития анимации. Компьютерная анимация. Законы анимации. Правила тайминга. Правила наложения звука. Способы построения режиссуры мультимедиа произведения.

Разработка сценария рекламного мультимедиа-проекта. Разработка компоновок и раскадровок. Эскизирование раскадровки. Модель рекламного мультимедиа-ролика. Работа над раскадровкой мультимедиа-ролика. Эскизирование. Расстановка акцентов на начальных полосах статей. Взаимодействие музыкального оформления со зрительным рядом. Основы композиции рекламного мультимедиа-проекта.

Виды анимации. Компоновки и тайминг анимации. Программа Adobe Flash. Разработка характера, типажа персонажей. Соотношение формы и характера героя. Процесс создания персонажа. Профессиональный рисунок, преувеличение и привлекательность персонажа. Теории композиционного проектирования.

Ритм в рекламных мультимедиа-проектах. Форма и контрформа. Выразительные средства мультимедиа. Преувеличение (гипербола) в анимации. Визуальная коммуникация в системе мультимедиа. Использование выразительных средств анимации для передачи характера анимированного персонажа. Прорисовка, фазовка. Принципы анимации. Использование законов физики для создания художественного образа рекламного мультимедиа-проекта анимационными средствами.

Использование анимационных средств для задач создания рекламного мультимедиа-проекта. Выразительность и графические приемы анимации. Принципы создания трёхмерной графики и анимации. Взаимодействие поверхности экрана с элементами анимации, звуковым и видеорядом. Сочетание 2D анимации с 3D анимацией. Композиционное решение в рамках мультимедиа-проекта. Организация пространства с помощью видео и анимации. Смысловые образы в разработке мультимедиа-проекта.

Средства стилистической цельности мультимедиа оформления. Дополнительные средства выразительности при создании концепта мультимедиа проекта. Работа со звуком. Создание единой пластической формы звука и анимации. Профессиональное редактирование фото, видео, анимации и звука с использованием цифровых видеоэффектов. Окончательный монтаж и отладка мультимедиа-проекта

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.09.02 «СОВРЕМЕННЫЕ ДИЗАЙН-ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЯХ»

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся общих представлений о месте дизайн-технологий в процессе производства рекламного продукта, направлениях деятельности и основных функциях дизайнера в рекламе.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ПК-6.

Краткое содержание дисциплины: Дизайн-технологии как социокультурный и экономический феномен. Место дизайн-технологий в системе культуры. Понятие рекламы, ее свойства. Основные функции рекламы. Реклама в системе маркетинга. Понятие дизайн-технологий в рекламе. Факторы существования дизайн-технологий в рекламе. Типология объектов дизайн-технологий в рекламе.

Понятие дизайн-проектирования. Аспекты дизайн-проектирования. Принципы системного дизайн-проектирования. Подходы к дизайн-проектированию. Функционально-структурный подход. Процессный подход. Этапы проектирования визуально-графической рекламы. Дизайн-концепция. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайнера.

Коммуникативная функция рекламы. Законы восприятия рекламного обращения.

Направления и методы рекламного воздействия. Прагматический аспект восприятия рекламного текста. Психологические особенности восприятия цвета в рекламе. Этапы воздействия рекламного обращения на сознание потребителей. Создание рекламы на основании анализа процесса восприятия рекламы потребителями.

Структура и основные элементы рекламного текста. Заголовок. Основной рекламный текст. Слоган. Эхо-фраза. Способы аргументации и виды аргументов в рекламном тексте. Эстетические элементы в текстовой рекламе. Шрифт как носитель образа. Типы и классы шрифтов. Единицы измерения шрифта. Гарнитура шрифта. Группы шрифтов. Приемы графической трансформации слов.

Организация рекламного обращения. Композиция как способ создания образа. Законы создания гармоничной композиции. Приемы и средства композиции. Основные схемы композиции в рекламе. Современные средства визуализации в рекламе. Создание эмоционального настроения средствами дизайна. Технологии воздействия средств рекламы на ассоциативно-образный ряд потребителя.

Экономическая, коммуникативная и психологическая эффективность рекламы. Этапы оценки эффективности рекламы. Запоминание рекламы в целом, знание элементов рекламы, осведомленность, рейтинг имиджа, предпочтение компании конкурентам. Анализ эффективности рекламного текста. Показатели оценки результатов рекламной кампании. Оценка эффективности визуально-графического решения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 4 зачетные единицы, 144 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.В.ДВ.10.01 «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»

(элективная дисциплина)

Спортивная специализация: БАСКЕТБОЛ

Цель освоения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности, на приобретение студентами знаний, умений и навыков физкультурно-оздоровительной деятельности, проявляющихся в умении самостоятельно проводить занятия по укреплению здоровья, совершенствованию физического развития и физической подготовленности, как в условиях учебной деятельности, так и в различных формах активного отдыха и досуга..

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, элективная дисциплина.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-8.

Краткое содержание дисциплины: Методические основы овладения умениями и навыками техники в отдельных видах двигательной активности. Техника безопасности на занятиях. Возможные травмы и правила оказания первой медицинской помощи пострадавшему на занятиях по дисциплине «Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)». Методика овладения и совершенствование техникой и тактикой баскетбола. Методы развития физических качеств. Упражнения, использующие варианты быстрого перемещения. Методика совершенствования техники и тактики баскетбола. Способы развития физических качеств. Упражнения, использующие варианты быстрой передачи мяча. Упражнения, развивающие способы командного взаимодействия.

Общефизическая подготовка. Общеразвивающие упражнения на месте, в движении, в парах, на развитие силы и на сопротивление, у шведской стенки с гимнастическими скакалками, на матах, с баскетбольными мячами, с набивными мячами.

Упражнения на развитие координации, выносливости, гибкости, прыгучести, ловкости, быстроты реакции, скоростно-силовых и силовых качеств необходимых при игре в баскетбол. Упражнения для развития навыка быстрого перемещения при игре в баскетбол. Овладение и совершенствование техники и тактики в баскетболе. Развитие физических качеств. Развитие и укрепление навыков техники игры. Учебная игра.

Контроль за физической подготовленностью: сгибание и разгибание рук в упоре лежа, прыжки на скакалке за 1 мин, поднимание туловища из положения лежа за 30 сек, челночный бег (3x10 м) (сек), прыжок в длину с места (см), бросок медицинского мяча (1кг) двумя руками из-за головы из положения сидя. Выполнение нормативов

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 328 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ» (элективная дисциплина)

Спортивная специализация: ВОЛЕЙБОЛ

Цель освоения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности, на приобретение студентами знаний, умений и навыков физкультурно-оздоровительной деятельности, проявляющихся в умении самостоятельно проводить занятия по укреплению здоровья, совершенствованию физического развития и физической подготовленности, как в условиях учебной деятельности, так и в различных формах активного отдыха и досуга.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, элективная дисциплина.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-8.

Краткое содержание дисциплины: Техника безопасности на занятиях. Возможные травмы и правила оказания первой медицинской помощи пострадавшему на занятиях по дисциплине «Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)». Официальные правила соревнований по волейболу. История развития и техника игры в волейбол. Методики овладения и совершенствования техники и тактики игры в волейбол. Методы и способы развития физических качеств. Упражнения, использующие варианты быстрого перемещения. Упражнения, использующие варианты быстрой передачи мяча. Упражнения, развивающие способы командного взаимодействия при игре в волейбол.

Общефизическая подготовка. Общеразвивающие упражнения на месте, в движении, в парах, на развитие силы и на сопротивление, у шведской стенки с гимнастическими скакалками, с волейбольными мячами, с набивными мячами. Упражнения на развитие координации, выносливости, гибкости, прыгучести, ловкости, быстроты реакции, скоростно-силовых и силовых качеств необходимых при игре в волейбол. Упражнения для развития навыка быстрого перемещения при игре в волейбол.

Овладение и совершенствование техники и тактики в волейболе. Обучение технике нижней и верхней передачи мяча на месте и в парах. Обучение технике нижней и верхней подачи мяча. Обучение технике приема мяча. Обучение передаче мяча для атакующего удара из 4 зоны. Обучение технике нападающего удара с 4 зоны. Обучение передаче мяча для атакующего удара из 2 зоны. Обучение технике нападающего удара со 2 зоны. Обучение верхней и нижней передаче мяча в движении. Обучение игре на 3 касания. Обучение передаче мяча для атакующего удара из 1 зоны. Обучение технике атакующего удара из 1 зоны. Обучение технике атакующего удара из различных зон с приема подачи. Обучение передаче мяча для атакующего удара из 3, 5 и 6 зоны. Обучение

технике атакующего удара из 3 и 5 зоны. Развитие и укрепление навыков техники игры в волейбол. Учебная игра.

Контроль за физической подготовленностью: сгибание и разгибание рук в упоре лежа, прыжки на скакалке за 1 мин, поднимание туловища из положения лежа за 30 сек, челночный бег (3x10 м) (сек), прыжок в длину с места (см), бросок медицинского мяча (1кг) двумя руками из-за головы из положения сидя. Выполнение нормативов

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 328 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.10.03 «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»

(элективная дисциплина)

адаптированная программа

*для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья
и обучающихся инвалидов*

Спортивная специализация: АДАПТИВНАЯ ГИМНАСТИКА

Цель освоения дисциплины: формирование физической культуры личности, физического развития обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов; развитие способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта с учетом нозологии обучающегося для сохранения и укрепления здоровья, повышения адаптационных резервов организма, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности; на приобретение студентами знаний, умений и навыков физкультурно-оздоровительной деятельности, проявляющихся в умении самостоятельно проводить занятия по укреплению здоровья, совершенствованию физического развития и физической подготовленности, как в условиях учебной деятельности, так и в различных формах активного отдыха и досуга.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, элективная дисциплина.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-8.

Краткое содержание дисциплины: Техника безопасности на занятиях физическим воспитанием. Возможные травмы и правила оказания первой медицинской помощи пострадавшему на занятиях по дисциплине «Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)». Значение выполнения упражнений на развития гибкости, выносливости. Базовые упражнения с учетом нозологий обучающихся. Методика овладения и совершенствование техники выполнения упражнений на гибкость, выносливость. Значение силовых упражнений. Базовые упражнения на развитие силы. Методика совершенствования выполнения упражнений на развитие силы. Способы развития физических качеств. Упражнения на развитие координации движения. Элементы фитнеса. Базовые упражнения танцевальной аэробики, пилатеса, йоги.

Общефизическая подготовка. Упражнения в парах малой интенсивности на развитие силы и на сопротивление, у шведской стенки, с мячами. Упражнения на развитие координации, гибкости, прыгучести и силы. Контроль за физической подготовленностью. Общеразвивающие, аэробные, специальные упражнения для развития гибкости, координации, выносливости. Базовая аэробика. Аэробика с добавлением новых элементов дыхательной гимнастики. Добавление элементов йоги, направленных на развитие координации тела. Добавление элементов стретчинга, направленных на растяжку мышц и повышение гибкости. Разработка индивидуального комплекса упражнений с учетом нозологии обучающегося.

Самоконтроль состояния организма при выполнении нагрузок, оздоровительные упражнения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 328 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.10.04 «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»
(элективная дисциплина)
адаптированная программа
для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья
и обучающихся инвалидов

Спортивная специализация: АДАПТИВНАЯ ОБЩЕФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Цель освоения дисциплины: формирование физической культуры личности, физического развития обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов; развитие способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта с учетом нозологии обучающегося для сохранения и укрепления здоровья, повышения адаптационных резервов организма, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности; на приобретение студентами знаний, умений и навыков физкультурно-оздоровительной деятельности, проявляющихся в умении самостоятельно проводить занятия по укреплению здоровья, совершенствованию физического развития и физической подготовленности, как в условиях учебной деятельности, так и в различных формах активного отдыха и досуга.

Место дисциплины в учебном плане: блок 1, элективная дисциплина.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-8.

Краткое содержание дисциплины: Техника безопасности на занятиях физическим воспитанием. Возможные травмы и правила оказания первой медицинской помощи пострадавшему на занятиях по дисциплине «Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)». Гимнастические упражнения, подвижные игры. Элементы легкой атлетики. Легкоатлетические упражнения. Элементы волейбола. Упражнения на развитие координационных способностей. Элементы баскетбола. Упражнения на ведение мяча, броски в кольцо. Элементы гандбола. Упражнения ведения мяча, ловля-передача. Легкая атлетика. Упражнения на развитие ловкости, силы, выносливости, координации.

Общеразвивающие гимнастические упражнения: для мышц рук, плечевого пояса, ног, мышц туловища, спины. Подвижные игры с элементами гимнастики. Упражнения с использованием мяча. Легкоатлетические упражнения: бег с захлестыванием голени, с высоким подниманием бедра, прыжки на одной ноге, на двух ногах, подскоки. Упражнения на развитие ловкости, силы, выносливости, координации: бег, прыжки, метание. Эстафеты. Упражнения на развитие координационных способностей: передача мяча сверху, прием мяча снизу, подача мяча, выполнение упражнений с мячом в парах, в тройках. Игра в волейбол по упрощенным правилам на укороченной площадке. Баскетбол. Упражнения на ведение мяча левой и правой рукой, броски в кольцо, обводка стоя и др. Ловля-передача мяча. Игра в баскетбол по упрощенным правилам. Гандбол. Упражнения ведения мяча, ловля-передача, броски в ворота. Игра в гандбол по упрощенным правилам.

Самоконтроль состояния организма при выполнении нагрузок, индивидуальный комплекс упражнений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 328 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
ФТД.В.01 «БИЗНЕС-ПРАКТИКА»

Цель освоения дисциплины: формирование у будущих специалистов системы практических навыков в организации и реализации проектной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: факультативы.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-3, ОК-11, ПК-4, ПК-6, ПК-11.

Краткое содержание дисциплины: Проектная деятельность в организации. Проекты и программы как инструмент реализации стратегии компании. Классификация проектов. Жизненный цикл проекта. Принципы формирования организационной структуры проекта. Типы организационных структур проекта. Функциональная, проектная и матричная структуры. Стадии образования команды: формирование, шторм, нормирование, деятельность. Разработка концепции нового бизнеса, товара или услуги. Ассортиментная политика организации. Разработка и внедрение новой продукции. Рыночная атрибутика товара. Ценовая политика организации. Ценовая стратегия организации. Выбор метода ценообразования. Ценовая тактика организации.

Технология подбора и отбора персонала. Сервисы удаленного подбора кадров и удаленного управления проектной деятельностью.

Разработка стратегии в отношении нового продукта; генерация идеи нового продукта; первичный отбор идей; бизнес-анализ; разработка непосредственно продукта; тестирование продукта на рынке; коммерциализация. Содержание инвестиционного проекта. Технично-экономическое обоснование. Экспертиза. Планирование осуществления проекта. Определение долговечности проекта. Основные теории лидерства. Стили лидерства и управления: авторитарное, демократическое и либеральное. Психология харизмы и влияния на людей. Групповой конформизм и причины неподчинения.

Основы коучинга и наставничества. Диагностика потребности в обучении. Формирование потребности в обучении. Технологии проведения тренингов. Технологии передачи ценностей последователям.

Информационные источники оценки эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки коммерческой эффективности проекта. Бухгалтерский и экономический подходы к финансовой оценке проекта. Оценка социально-экономической эффективности проекта. Оценка бюджетной эффективности проекта.

Мониторинг и корректировка действий, связанных с планированием и реализацией инвестиционного проекта. Контроль стратегических решений, тактических мероприятий и оперативной деятельности. Контроль восприятия покупателями имиджа нового продукта, эффективности системы маркетинговых коммуникаций и общих затрат на проект.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета в 1, 3 и 5 семестрах и зачета с оценкой по окончании изучения курса.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
ФТД.В.02 «БИЗНЕС-АНГЛИЙСКИЙ»

Цель освоения дисциплины: развитие у студентов углубленных знаний и умений коммуникаций на иностранном языке, для решения задач межличностного, межкультурного взаимодействия, а так же с целью осуществления профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: факультативы.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-5, ОК-7.

Краткое содержание дисциплины: Business Communication. Telephoning: Giving and Receiving Calls. Деловое общение (устное, телефонные переговоры, развитие делового контакта). Общие принципы делового общения по телефону. Трудности и пути их преодоления. Развитие деловых контактов по телефону.

Business Communication. Telephoning: Problem-solving on the Phone. Деловое общение: Решение проблем по телефону. Возможные причины возникновения проблем. Стороны, участвующие в споре. Как правильно извиняться и сколько раз.

Business Correspondence: Letters, Faxes, Memos, etc.). Деловая переписка (письма, факсимильные сообщения, и т.д.). Общие правила деловой переписки. Письма, факсимильные сообщения. Общение по электронной почте, преимущества и недостатки.

Business Meetings: Chairing a Meeting. General Principles. Деловые встречи: основные принципы ведения деловых встреч. Целесообразность проведения деловых встреч. Виды деловых встреч: деловые встречи с целью принятия решений; деловые встречи для передачи информации; первые деловые контакты; очередные деловые встречи. Business Meetings: Preparing for a Meeting. Participants, their Functions. Деловые встречи: подготовка деловой встречи. Участники, их функции. Подготовка повестки дня, составление списка участников, информирование участников.

Функции участников деловой встречи: изучение вопросов повестки дня, подготовка идей, анализ ситуаций, обсуждение, внесение предложений.

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Итоговый контроль по дисциплине: проводится в форме зачета по окончании изучения курса.