

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 20.09.2022 11:57:25

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«14» апреля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.03 «ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

Форма обучения:

очная

Москва – 2022

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

«01» марта 2022 г.



(подпись)

/В.Ю. Филин /

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

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД



(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 8 от «04» марта 2022 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Задачи:

- формирование представлений о специфике предпринимательской деятельности в творческой среде;
- формирование представлений об основах менеджмента в дизайн-бизнесе;
- формирование умений и навыков в области операционного, тактического и стратегического управления в дизайн-бизнесе;
- формирование умений и навыков управления творческим коллективом в дизайн-бизнесе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Осваивается: 1 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов	УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Владеет: навыком планирования траектории своего профессионального

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

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

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

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
Аудиторные занятия	54
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	36
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	54

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Экзамен – 1 семестр
Трудоемкость (час.)	36
Общая трудоемкость з.е. / часов	4 з.е. / 144 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Основы менеджмента в дизайн-бизнесе	3	6	-	9
3	Операционное управление в дизайн-бизнесе	3	6	-	9
4	Тактическое управление в дизайн-бизнесе	3	6	-	9
5	Стратегическое управление в дизайн-бизнесе	3	6	-	9
6	Управление творческим коллективом в дизайн-бизнесе	3	6	-	9
Итого (часов)		18	36	-	54
Форма контроля:		<i>экзамен</i>			36
Всего по дисциплине:		144 / 4 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Дизайн как бизнес

Понятие дизайна как бизнеса. Предпосылки объединения сфер дизайна 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.

Тема 2. 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.

Тема 3. 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.

Тема 4. 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.

Тема 5. 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 дизайна, бизнес-стратегией и потребностями корпоративного управления. Усиление конкурентных преимуществ и отличительных черт продукта и компании.

Тема 6. 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.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Арт-менеджмент / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др.; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2016.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=496978
2. Кондакова Ю. В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие - Екатеринбург: Архитектон, 2016.

- Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=455455
3. Старов С. А. Управление брендами: учебник - Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента, 2008.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=458118
 4. Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление: учебное пособие - Москва: Юнити, 2015.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=446441
 5. Беликова И. П. Управление проектами: краткий курс лекций. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277473&sr=1
 6. Стрелкова Л.В. Внутрифирменное планирование - учеб. пособие для студентов вузов/ Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114539
 7. Тарасова О. П. Организация проектной деятельности дизайнера: учебное пособие - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2013.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270309
 8. Учитель Ю.Г. Разработка управленческих решений: учебник для студентов вузов – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117136

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам

3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://netology.ru/> - «Нетология» — университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-маркетинга, управления проектами, дизайна, проектирования интерфейсов и веб-разработки.
10. <https://www.cfin.ru/business-plan/> - База данных «Библиотека управления» - бизнес-планирование
11. www.aup.ru - Административно-управленческий портал
12. www.eur.ru - Библиотека экономической и управленческой литературы
13. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
14. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах.
15. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
16. <http://www.porairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле.
17. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда».
18. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
19. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals - исследовательской ассоциации в области маркетинга

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 424

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

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

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

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

№ 402

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

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

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

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

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

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

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

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

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

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

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

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

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

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

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

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

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

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

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

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

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

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

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

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

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

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

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

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с

использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

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

Для лиц с нарушениями зрения:

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

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

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

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

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

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.О.03 «ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

Форма обучения:

очная

Москва – 2022

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации</p>	<p>Знает: способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Умеет: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации Владеет: навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации</p>
<p>ОПК-8 Способен ориентироваться в проблематике современной культурной политики Российской Федерации</p>	<p>ОПК-8.1. Понимает теоретические концепции и механизмы практической реализации культурной политики в Российской Федерации</p>	<p>Знает: теоретические концепции и механизмы практической реализации культурной политики в Российской Федерации Умеет: при осуществлении профессиональной деятельности учитывать теоретические концепции и механизмы практической реализации культурной политики в Российской Федерации Владеет: навыком учета, при осуществлении профессиональной деятельности, теоретических концепций и механизмов практической реализации культурной политики в Российской Федерации</p>
	<p>ОПК-8.2. Анализирует направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации</p>	<p>Знает: направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации Умеет: анализировать направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации Владеет: навыком анализа направлений, стратегий, программ реализации государственной культурной политики Российской Федерации</p>

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания

	механизмов практической реализации культурной политики в Российской Федерации, но часто испытывает затруднения		
<p>Не знает: направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации</p> <p>Не умеет: анализировать направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации</p> <p>Не владеет: навыком анализа направлений, стратегий, программ реализации государственной культурной политики Российской Федерации</p>	<p>В целом знает: направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: анализировать направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком анализа направлений, стратегий, программ реализации государственной культурной политики Российской Федерации, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: анализировать направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком анализа направлений, стратегий, программ реализации государственной культурной политики Российской Федерации, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации</p> <p>Умеет: анализировать направления, стратегии, программы реализации государственной культурной политики Российской Федерации</p> <p>Владеет: навыком анализа направлений, стратегий, программ реализации государственной культурной политики Российской Федерации</p>

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример теста:

1. Какую деятельность принято называть дизайном:
 - а) проектную;
 - б) организационную;
 - в) изобразительную;
 - г) художественную.

2. Графический дизайн это:
 - а) художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды;
 - б) деятельность художников по созданию рекламной, книжной, журнальной и др. видов полиграфии;
 - в) способ гармонизации виртуального пространства с помощью компьютерных программ;

г) оформительская художественная деятельность, направленная на гармонизацию окружающей среды.

3. Архитектурный дизайн это:

- а) адаптация архитектурной среды к потребностям человека;
- б) проектирование объектов архитектуры;
- в) расчеты несущих конструкций и методы использования их в архитектуре;
- г) деятельность в области архитектуры компьютерных технологий.

4. Web-дизайн это:

- а) проектирование интерактивных виртуальных проектов, приложений;
- б) создание системы разметок для страниц сайтов;
- в) проектирование навигационных систем для информационных сайтов;
- г) способ передачи информации с помощью мировой паутины.

5. Промышленный дизайн это:

- а) проектирование продукции массового производства;
- б) создание промышленных поточных линий производства;
- в) различный дизайн на производственных предприятиях;
- г) создание производственных отношений на предприятиях.

6. Операционный менеджмент изучает концепции, методы, которые применяются для обеспечения эффективности:

- а) бизнес процессов;
- б) финансовых операций;
- в) функционирования рынка труда;
- г) производительности труда.

7. К каким методам относится операционно-стоимостный анализ:

- а) измерения затрат и производительности;
- б) проведения научных исследований;
- в) определения трудоемкости операции;
- г) расчета заработной платы.

8. Что из ниже перечисленного является основными функциями операционного менеджмента:

- а) управление производством, персоналом, финансами;
- б) управление производством, персоналом, инновациями;
- в) планирование, контроль, организация, регулирование, мотивация;
- г) управление бизнес-процессами, контроль, учет.

9. Чем отличается тактический план от операционного:

- а) тактический план шире операционного, позволяет осуществить стратегические цели;
- б) тактические планы разрабатываются для реализации стратегических планов, но с учетом конкретных условий сегодняшнего дня, а операционные определяют последовательность и механизмы осуществления отдельных действий;
- в) это одно и то же;
- г) операционные планы позволяют спланировать крупные операции на рынке, а тактические - достигать отдельных тактических целей.

10. Тактические планы разрабатываются:

- а) на один день;
- б) на один год;
- в) на пять лет.
- г) нет верного ответа.

11. Стратегия организации это:

- а) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования;
- б) практическое использование методологии стратегического управления;
- в) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей;
- г) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов.

12. Стратегия управления персоналом организации, производством, финансами и стратегии в других сферах деятельности это:

- а) функциональная стратегия;
- б) бизнес-стратегия;
- в) корпоративная стратегия;
- г) стратегия.

13. Генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей – это:

- а) функциональная стратегия;
- б) бизнес-стратегия;
- в) корпоративная стратегия;
- г) стратегия.

14. Стратегический анализ – это:

- а) высшее руководство отслеживает наиболее важные для будущего корпорации факторы, называемые стратегическими факторами;
- б) формирование альтернативных направлений развития предприятия, их оценка, выбор лучшей стратегической альтернативы для реализации;
- в) разработка программ, бюджетов и процедур реализации стратегии;
- г) прогнозирование внешней среды и разработка способов адаптации к её изменениям.

15. Элементом стратегического плана не является:

- а) план производства;
- б) инвестиционный план;
- в) маркетинговый план;
- г) финансовый план.

16. Один из самых популярных методов определения гонорара дизайнера:

- а) процент от стоимости проекта;
- б) затраты плюс;
- в) почасовая ставка;
- г) фиксированный оклад.

17. Аутсорсинг – это:

- а) передача бизнес-процессов на исполнение сторонним заказчикам;
- б) простой договор подряда;
- в) закупка товаров и услуг для производственных нужд;

г) долгосрочная аренда офисного оборудования.

18. Собеседование на позицию UX-дизайнера должно включать вопрос:

- а) в каких программах вы работаете?
- б) как вы проводите дизайн-исследования?
- в) как дизайн коррелирует с функциями продукта?
- г) есть ли у вас собственная база заказчиков?

19. Внедрение системы грейдов в дизайн-студии должно начинаться с:

- а) описания базовых должностей;
- б) анализа заработных плат;
- в) разработки критериев оценки должностей;
- г) анализа базового образования и опыта работы.

20. Связка «мастер и подмастерье», когда кто-то следует за более опытным специалистом, и учится, повторяя за ним, это метод «прокачки» дизайнеров:

- а) коучинг;
- б) наставничество;
- в) shadowing;
- г) менторство.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Пример кейса:

«Дизайн-стратегия компании»

Компания SABMiller купила бренд «Pilsner Urquell» в 1999 году, с целью возродить его как один из старейших по-настоящему национальных сортов пива. Бренд обладал богатым наследством и мифологией. При коммунистическом строе в Чехии бренд «Pilsner Urquell» находился в застое, но пиво оставалось, как и было всегда, удивительным. Пивовар, создавший в 1842 году известный товар и бренд, был истинным первооткрывателем, а «Pilsner Urquell» - первым светло-золотистым пивом. До этого все сорта пива были темными или непрозрачными. К концу девятнадцатого века каждый день это уникальное пиво доставлялось во все столицы мира. Первое слово «Pilsner» указывает на происхождение названия от чешского городка Пльзень - только пилснер из Пльзени настоящее пилснерское пиво, - а «Urquell» означает «первоисточник».

Пиво «Pilsner Urquell» по-прежнему делается с использованием уникального процесса. Оно горькое, но содержит и много сахара, который придает напитку индивидуальный горьковато-сладкий освежающий вкус. Новый владелец бренда должен был найти знаменитому пиву место на нетронутых территориях. Компании SABMiller необходимо было разработать идею позиционирования, которая легла бы в основу дальнейшей стратегии продвижения «Pilsner Urquell». Проект позиционирования заключался в «стилизации» богатого наследия и мифологии бренда.

В процессе разработки был определен общий девиз презентации пива: «Перед вами оригинальный и лучший Пилснер». Первоначальная концепция: «Пей по-другому», в ней

очевиден потенциал независимости, оригинальности, эксцентричности, целостности, остроумия. Она позволяет выстроить мощную и мотивирующую историю вокруг оригинальности бренда. Оригинальное золотистое пиво дает новое обаятельное свидетельство оригинальности и самих потенциальных потребителей. Концепция открывает путь к тому, что действительно резонировало с целевой аудиторией, - тяготению к истинной оригинальности.

Идея позиционирования бренда: истинные оригиналы редки и бесценны. Их черты: харизматичность, бескомпромиссность, устремленность, вдохновенность. Они формируют будущее и изменяют наше осмысление и ощущение мира вокруг нас. Многие хотели бы походить на них, но мы знаем, что в большинстве случаев это нам не по силам.

Суть бренда: вдохновенная оригинальность.

Ценности бренда: бескомпромиссность, самоуверенность, устремленность, нарушение правил.

Индивидуальность бренда: обаятельность, харизматичность, вдохновенность, страсть.

Внешние выгоды бренда: показывает, что потребитель уверен в своей оригинальности. Индивидуальность и самоуважение в силу умения пронизательно сделать выбор.

Внутренние выгоды бренда: награда уникальным вкусом.

Персонажи-символы бренда: Нельсон Мандела, Джон Леннон, Эрик Кантона, Альберт Эйнштейн. Эти люди были творцами, единственными в своем роде.

Предложение бренда: лучшее пиво в мире.

Вывод позиционирования: «Pilsner Urquell» настоящий оригинал и лучшее пиво в мире.

Стратегия продвижения бренда:

- плакаты и телевизионные ролики, демонстрирующие позиционирование бренда;
- измененный дизайн бутылки, делающий акцент на золотистом цвете пива.

Вопросы:

1. Какое значение для позиционирования бренда «Pilsner Urquell» имела первоначальная концепция: «Пей по-другому»?

2. Перечислите все атрибуты бренда «Pilsner Urquell». Объясните, какой из них наиболее значимый для потенциальных потребителей.

3. Какие маркетинговые коммуникации использовала компания SABMiller для продвижения своего бренда?

Оценка кейса проводится матричным методом:

Критерии оценки	БАЛЛЫ
Ясность, четкость изложения	0-5 баллов
Аргументированность выводов	0-5 баллов
Креативность подходов	0-5 баллов
Качество ответов на вопросы	0-5 баллов
Итоговая оценка	0-20 баллов

Посткейсовое моделирование. После завершения кейса преподаватель выясняет, согласны ли студенты на самом деле с попавшимися им утверждениями, закрепляя навыки отстаивать свою позицию, применяя знания в области дизайн-стратегии.

Оценка кейс-стади формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 16 - 20 баллов;
- оценка «хорошо» - 11 - 15 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 6 - 10 баллов;

- оценка «неудовлетворительно» - 0 - 5 баллов.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Понятие дизайна как бизнеса.
2. Предпосылки объединения сфер дизайна и бизнеса.
3. Специфика предпринимательской деятельности в творческой среде.
4. Нишевые идеи в сфере дизайна.
5. Понятие и особенности графического дизайна.
6. Понятие и особенности цифрового дизайна.
7. Понятие и особенности средового дизайна.
8. Понятие и особенности модного дизайна.
9. Менеджмент в дизайн-бизнесе как связующее звено между дизайн-мышлением, технологией, бренд-менеджментом, маркетингом и корпоративным управлением.
10. Основные функции менеджмента в дизайн-бизнесе.
11. Согласование дизайн-стратегии, стратегии бизнеса и бренд-стратегии.
12. Управление качеством результатов дизайна.
13. Управление отдельными проектами и командами в сфере дизайна.
14. Контроль над документацией.
15. Оценка процессов и результатов дизайна.
16. Измерение качества оперативных результатов управления.
17. Построение бренда путем принятия и внедрения соответствующих дизайн-решений.
18. Организация дизайн-ресурсов и процессов производства.
19. Формирование структуры дизайна в компании.
20. Координация отдельных дизайн-проектов.
21. Выстраивание внутренних ресурсов и компетенций для реализации проектов.
22. Развитие дизайн-навыков и компетенций.
23. Разработка и внедрение корпоративной стратегии дизайна.
24. Разработка бренда и стратегии продукта.
25. Создание взаимосвязи между стратегией дизайна и бизнес-стратегией компании.
26. Усиление конкурентных преимуществ и отличительных черт продукта и компании.
27. Творческий ресурс компании в сфере дизайна.
28. Штатные сотрудники, лояльные аутсорсеры, команда под проект.
29. Особенности управления творческим коллективом в дизайн-бизнесе.
30. Отбор и собеседования дизайнеров.
31. Система грейдов и мотивации.
32. Ошибки при мотивации творческой личности.
33. Прокачка дизайнеров, методы борьбы с перегоранием.
34. Управление удаленной командой.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота	глубокое знание теоретической части темы, умение

		ответов на вопросы и выполнения задания.	проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

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

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 8 от 04.03.2022 г.).