

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 29.04.2021 14:44:46

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

Б1.Б.16 «ЭКОНОМИКА ДИЗАЙН-БИЗНЕСА»

Для направления подготовки:

54.03.01 “Дизайн”

(уровень бакалавриата)

Программа прикладного бакалавриата

Виды профессиональной деятельности:

Организационно-управленческая

Проектная

Профиль:

Менеджмент в дизайн-бизнесе

Форма обучения:

(очная, очно-заочная)

Москва – 2020

Разработчик (и): Мальцева Елена Сергеевна, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«04» марта 2020 г.


(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1004 от 11.08.2016г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 7 от «06» марта 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля) и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. Наименование дисциплины (модуля) и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика дизайн-бизнеса» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн». Преподавание этой дисциплины осуществляется на втором курсе в четвертом семестре по очной форме обучения и на третьем курсе в пятом семестре по очно-заочной форме обучения. Дисциплина «Экономика дизайн-бизнеса» является необходимым элементом профессиональной подготовки менеджеров в сфере дизайна.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются. При изучении данного курса могут использоваться знания и умения, полученные при освоении предшествующих дисциплин, таких как: «Основы бизнеса в графическом дизайне», «Основы бизнеса в архитектурном и средовом дизайне», «Основы бизнеса в цифровом дизайне».

Цель 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.

Задачи дисциплины:

- изучить основные экономические факторы, влияющие на развитие дизайна в современных рыночных условиях;
- рассмотреть специфику организации продаж и продвижения дизайн-проектов;
- изучить особенности ценовой политики организации в сфере дизайна;
- рассмотреть методику расчета себестоимости дизайн-проектов;
- приобрести навыки организации работы творческого коллектива исполнителей.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», квалификация (степень) «бакалавр».

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3)

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
ОК-3 Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	<u>Знать:</u> <ul style="list-style-type: none">- базовые экономические понятия, основы функционирования национальной экономики и отдельных экономических агентов;- методы и способы оценки стоимости дизайн-проектов;- методы экономической оценки эффективности дизайн-проектов <u>Уметь:</u> <ul style="list-style-type: none">- использовать базовые экономические понятия, основы

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
	<p>функционирования национальной экономики и отдельных экономических агентов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - искать, собирать и анализировать экономическую и финансовую информацию для принятия обоснованных решений в процессе оценки стоимости дизайн-проектов; - применять методы экономической оценки эффективности дизайн-проектов <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - пониманием базовых экономических понятий, основ функционирования национальной экономики и отдельных экономических агентов; - навыком сбора и анализа экономической и финансовой информации для принятия обоснованных решений в процессе оценки стоимости дизайн-проектов; - способами и методами экономической оценки эффективности дизайн-проектов и мероприятий по его продвижению

Формы контроля:

- *текущий контроль успеваемости (ТКУ)* для проверки знаний, умений и навыков студентов может проводиться в форме контрольной работы, содержащей открытые вопросы, тестовые задания и задачи по темам учебной дисциплины, подготовки студентами презентаций по заранее заданной теме, в ходе проведения деловых игр, дискуссий;
- *промежуточная аттестация (ПА)* – проводится в форме экзамена по окончании изучения курса.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

В процессе преподавания дисциплины «Экономика дизайн-бизнеса» используются как классические методы обучения (лекции), так и различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств студентов и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

В рамках данного курса используются такие активные формы работы, как:

активные формы обучения:

- практические занятия;

интерактивные формы обучения:

- дебаты, дискуссии,

Общая трудоемкость дисциплины «Экономика дизайн-бизнеса» для всех форм обучения реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
Аудиторные занятия (всего)	54	26
В том числе:		
Лекции	18	8
Практические занятия	36	18
Семинары	х	х
Лабораторные работы		
Самостоятельная работа (всего)	27	55
Промежуточная аттестация, в том числе:		
Вид	Экзамен – 4 семестр	Экзамен – 5 семестр
Трудоемкость (час.)	27	27
Общая трудоемкость ЗЕТ / часов	3 ЗЕТ / 108 часов	3 ЗЕТ / 108 часов

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА	
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии			Тренинг
Очная форма										
Первый этап формирования компетенции										
Тема 1. Основные экономические понятия и категории. Экономические факторы развития сферы дизайна в современных условиях	2	3		2					ОК-3	
Тема 2. Анализ конкурентоспособности дизайн-проектов на рынке	2	3		2					ОК-3	
Тема 3. Механизм функционирования рынка и проблема ценообразования. Ценовая политика организации в сфере дизайна	2	3		2			2		ОК-3	
Тема 4. Оценка стоимости дизайн-проектов	2	3		4			2		ОК-3	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Контрольная работа/ тест</i>

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА	
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии			Тренинг
Второй этап формирования компетенции										
Тема 5. Особенности продвижения дизайн-проектов на рынке	2	3		2					ОК-3	
Тема 6. Экономическая оценка эффективности дизайн-проектов	2	4		4					ОК-3	
Тема 7. Управление дизайн-проектами организации	2	4		4			2		ОК-3	
Тема 8. Экономика подбора и организации работы творческого коллектива исполнителей	4	4		4			2		ОК-3	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Итоговое тестирование, презентация</i>
Всего:	18	27		28			8			
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	108									Экзамен, 27 часов
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	3									
Очно-заочная форма										
Первый этап формирования компетенции										
Тема 1. Основные экономические понятия и категории. Экономические факторы развития сферы дизайна в современных условиях	1	6		1					ОК-3	
Тема 2. Анализ конкурентоспособности дизайн-проектов на рынке	1	7		1					ОК-3	
Тема 3. Механизм функционирования рынка и проблема ценообразования. Ценовая политика организации в сфере дизайна	1	7		1			1		ОК-3	
Тема 4. Оценка стоимости дизайн-проектов	1	7		2			1		ОК-3	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Контрольная работа/ тест</i>
Второй этап формирования компетенции										
Тема 5. Особенности продвижения дизайн-проектов на рынке	1	7		1					ОК-3	
Тема 6. Экономическая оценка эффективности	1	7		1					ОК-3	

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия				
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии		
дизайн-проектов									
Тема 7. Управление дизайн-проектами организации	1	7		2			1		ОК-3
Тема 8. Экономика подбора и организации работы творческого коллектива исполнителей	1	7		1			1		ОК-3
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2					<i>Итоговое тестирование, презентация</i>
Всего:	8	55		14			4		
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	108								Экзамен, 27 часов
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	3								

Содержание тем учебной дисциплины

Тема 1. Основные экономические понятия и категории. Экономические факторы развития сферы дизайна в современных условиях.

Потребности, блага, ресурсы. Проблема экономического выбора и альтернативные издержки. Производственные возможности. Экономические агенты (субъекты рыночной экономики) в закрытой и открытой экономической системе. Экономический кругооборот. Экономические аспекты собственности и экономические системы.

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. Упрощение как цель дизайна. Индивидуализм и универсальность в дизайне.

Тема 2. Анализ конкурентоспособности дизайн-проектов на рынке

Основные подходы к выбору показателей оценки конкурентоспособности. Эффективность производства и реализации дизайн-проектов. Показатели финансового состояния предприятия. Показатели маркетинговой деятельности предприятия. Приведение значений показателей к единой базе. Процедура нормирования показателей. Комплексный показатель оценки конкурентоспособности.

Тема 3. Механизм функционирования рынка и проблема ценообразования. Ценовая политика организации в сфере дизайна

Сущность и основные черты современного рыночного хозяйства. Условия возникновения рынка. Рыночная структура. Закон спроса, кривая спроса. Факторы спроса. Закон предложения, кривая предложения. Факторы предложения. Равновесие спроса и предложения. Равновесная цена. Административный контроль над ценами и рыночный

механизм: дефицит и избыток продуктов. Излишек потребителя, излишек производителя в модели спроса и предложения. Эластичность спроса и предложения. Практическое значение эластичности и ее влияние на принятие решения о ценообразовании.

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 дизайнерских товаров; в разных ситуациях покупки. Конкурентные стратегии как результат позиционирования и целей компании.

Тема 4. Оценка стоимости дизайн-проектов

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.

Тема 5. Особенности продвижения дизайн-проектов на рынке

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.

Тема 6. Экономическая оценка эффективности дизайн-проектов

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.

Тема 7. Управление дизайн-проектами организации

Типы проектов и методы их ведения. Декомпозиция проекта на задачи, выбор типа планирования и подходящих инструментов. Pre-sale: входящие заявки, сборка команды, брифинг, оценка проекта, коммерческое предложение. Цели и задачи проекта. Предпроектная аналитика. Расчет и анализ затрат на проектирование, дизайн-концепцию, макетирование, финализацию дизайна. Авторский надзор frontend. Backend и тестирование.

Тема 8. Экономика подбора и организации работы творческого коллектива исполнителей

HR в дизайн-студии. Творческий ресурс студии (внутренний и внешний). Экономическая эффективность участия в работе над дизайн-проектом: штатных сотрудников; команды под проект; аутсорсеров. Отбор и собеседования дизайнеров. Экономическое обоснование системы грейдов и мотивации. Методики управления командой в зависимости от стадии проекта. Управление удаленной командой

Практические занятия

№ п/п	№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
1.	Тема 1. Основные экономические понятия и категории. Экономические факторы развития сферы дизайна в современных условиях	<ol style="list-style-type: none"> 1. Научно технический прогресс и его социально-экономические последствия как факторы развития современного дизайна. 2. Экологический подход в дизайне. 3. Дизайн и инновации. 4. Интеграция высокотехнологичных материалов и процессов. 	опрос
2.	Тема 2. Анализ конкурентоспособности дизайн-проектов на рынке	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные подходы к выбору показателей оценки конкурентоспособности. 2. Эффективность производства и реализации дизайн-проектов. 3. Показатели финансового состояния предприятия. 4. Показатели маркетинговой деятельности предприятия 	опрос
3.	Тема 3. Механизм функционирования рынка и проблема ценообразования. Ценовая политика организации в сфере дизайна	<ol style="list-style-type: none"> 1. Постановка задач ценообразования. 2. Цель обеспечения сбыта. 3. Цель максимизации прибыли. 4. Цель удержания рынка. 	опрос
4.	Тема 4. Оценка стоимости дизайн-проектов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка экономики проекта. 2. Зоны риска и закладывание дополнительного времени на итерации и правки. 3. Тактика переговоров с клиентом для продажи моделей почасовой и фиксированной оплаты труда. 4. Составление сметы проекта и определение бюджета. 	опрос
5.	Тема 5. Особенности продвижения дизайн-проектов на рынке	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность продвижения дизайн-проектов, сбытовая политика, каналы распределения. 2. Характеристика систем сбыта. 3. Каналы распределения, уровни и типы организации. 4. Маркетинговые системы распределения. 	опрос
6.	Тема 6. Экономическая оценка эффективности дизайн-проектов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основы управления и экономических расчетов дизайн-проектов. 2. Экономическая сущность и методы расчета проектных затрат. 3. Сущность и источники получения экономического эффекта. 	опрос

№ п/п	№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
		4. Показатели экономической эффективности дизайн-проектов и методы их расчета	
7.	Тема 7. Управление дизайн-проектами организации	1. Типы проектов и методы их ведения. 2. Декомпозиция проекта на задачи, выбор типа планирования и подходящих инструментов. 3. Pre-sale: входящие заявки, сборка команды, брифинг, оценка проекта, коммерческое предложение. 4. Цели и задачи проекта.	опрос
8.	Тема 8. Экономика подбора и организации работы творческого коллектива исполнителей	1. HR в дизайн-студии. 2. Творческий ресурс студии (внутренний и внешний). 3. Штатные сотрудники, лояльные аутсорсеры, команда под проект. 4. Отбор и собеседования дизайнеров.	опрос

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» используются учебно-методические пособия разработанные преподавателями вуза, а также учебная литература по дисциплине «Экономика дизайн-бизнеса», размещенная в электронной библиотечной системе biblioclub.ru.

1. Арзуманова Т. И., Мачабели М. Ш. Экономика организации: учебник - Москва: Дашков и К°, 2018.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573399
2. Милкова О.И. Экономика и организация предприятия: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся / О.И. Милкова. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439243

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В учебной дисциплине компетенция ОК-3 формируются в 4 семестре учебного года на втором этапе освоения образовательной программы (ОПОП) по очной форме обучения и в 5 семестре учебного года на третьем этапе освоения ОПОП по очно-заочной форме обучения.

В рамках учебной дисциплины «Экономика дизайн-бизнеса» выделяются два этапа формирования указанных компетенций в результате последовательного изучения содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает формирование компонентов компетенций с использованием различных форм контактной (аудиторной) и самостоятельной работы:

Компоненты компетенции «знать» формируются преимущественно на занятиях лекционного типа и самостоятельной работы студентов с учебной литературой

Компоненты компетенции «уметь» и «владеть» формируются преимущественно на практических занятиях

Результат текущей аттестации обучающихся на этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Таблица 6.1. Этапы и планируемые результаты освоения компетенций в процессе изучения учебной дисциплины

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
ОК-3 Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Этап 1: Темы: 1-4	базовые экономические понятия, основы функционирования национальной экономики и отдельных экономических агентов; методы и способы оценки стоимости дизайн-проектов	использовать базовые экономические понятия, основы функционирования национальной экономики и отдельных экономических агентов; искать, собирать и анализировать экономическую и финансовую информацию для принятия обоснованных решений в процессе оценки стоимости дизайн-проектов	пониманием базовых экономических понятий, основ функционирования национальной экономики и отдельных экономических агентов; навыком сбора и анализа экономической и финансовой информации для принятия обоснованных решений в процессе оценки стоимости дизайн-проектов
	Этап 2: Темы 5-8	методы и способы экономической оценки	применять методы экономической оценки	способами и методами экономической оценки

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
		эффективности дизайн-проектов	эффективности дизайн-проектов	эффективности дизайн-проектов и мероприятий по его продвижению

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения учебной дисциплины представлены в таблице 6.2

Таблица 6.2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этапы	РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ ОК-3 (описание результатов представлено в таблице 1)	КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю) <i>(критерии и показатели определены соответствующими картами компетенций, при этом пользуются традиционной системой оценивания)</i>				Контрольные задания, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций
		2 (неуд)	3 (уд)	4 (хор)	5 (отл)	
1 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Контрольная работа в форме теста
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	
2 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Итоговое тестирование по всем темам учебной дисциплины, защита презентации
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	

Изучение дисциплины заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме экзамена.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 1 этап формирования компетенций

Пример теста

1. Анализ соотношения между совокупным доходом и совокупными издержками с целью определения прибыльности при различных уровнях производства – это:

- анализ безубыточности
- анализ возможностей производства и сбыта
- анализ деятельности предприятия.
- анализ среды

2. Анализ финансовой устойчивости ориентирован на :

- оценку надежности предприятия с точки зрения его платежеспособности
- оценку конкурентоспособности предприятия
- создание и использование инструментария, позволяющего найти лучшее сочетание цены продукта, объема его выпуска и реально планируемых продаж
- характеристику платежеспособности предприятия

3. Бизнес-план имеет следующие два направления:

- внутреннее и внешнее
- долгосрочное и краткосрочное
- стратегическое и тактическое.
- техническое и экономическое

4. В чем состоит основная цель разработки инвестиционного проекта

- выбор оптимального варианта технического перевооружения предприятия
- обоснование технической возможности и целесообразности создания объекта предпринимательской деятельности
- получение прибыли при вложении капитала в объект предпринимательской деятельности
- проведение финансового оздоровления

5. Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:

- избирательный (специфический) спрос
- общие потребности (общий спрос)
- первичный спрос
- потенциальный спрос

6. Емкость рынка – это:

- все ответы верны
- объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного периода времени
- территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия
- удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров (услуг) на данном рынке

7. Если фирма рискует тем, что в худшем случае произойдет покрытие всех затрат, а в лучшем – получит прибыль намного меньше расчетного уровня – эта область риска называется как:

- критического
- минимального
- недопустимого
- повышенного

8. Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:

- нет верного варианта.
- социальные, организационные, коммерческие
- технические, коммерческие, социальные
- экономические, социальные, организационные

9. Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?

- восприятие продуктов потребителями
- намерение потребителей совершить покупку.
- поведение покупателей после покупки;
- поведение покупателей при покупке

10. Какая стратегия маркетинга требует от фирмы организации ее деятельности на нескольких сегментах со специально для них разработанными товарами и маркетинговыми программами...

- дифференцированного
- концентрированного
- недифференцированного
- поддерживающего

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 1 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест

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

6.3.2. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 2 этап формирования компетенций

Пример теста

1. Анализ соотношения между совокупным доходом и совокупными издержками с целью определения прибыльности при различных уровнях производства – это:

- анализ безубыточности
- анализ возможностей производства и сбыта
- анализ деятельности предприятия.
- анализ среды

2. Анализ финансовой устойчивости ориентирован на :
 - оценку надежности предприятия с точки зрения его платежеспособности
 - оценку конкурентоспособности предприятия
 - создание и использование инструментария, позволяющего найти лучшее сочетание цены продукта, объема его выпуска и реально планируемых продаж
 - характеристику платежеспособности предприятия
3. Бизнес-план имеет следующие два направления:
 - внутреннее и внешнее
 - долгосрочное и краткосрочное
 - стратегическое и тактическое.
 - техническое и экономическое
4. В чем состоит основная цель разработки инвестиционного проекта
 - выбор оптимального варианта технического перевооружения предприятия
 - обоснование технической возможности и целесообразности создания объекта предпринимательской деятельности
 - получение прибыли при вложении капитала в объект предпринимательской деятельности
 - проведение финансового оздоровления
5. Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:
 - избирательный (специфический) спрос
 - общие потребности (общий спрос)
 - первичный спрос
 - потенциальный спрос
6. Емкость рынка – это:
 - все ответы верны
 - объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного периода времени
 - территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия
 - удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров (услуг) на данном рынке
7. Если фирма рискует тем, что в худшем случае произойдет покрытие всех затрат, а в лучшем – получит прибыль намного меньше расчетного уровня – эта область риска называется как:
 - критического
 - минимального
 - недопустимого
 - повышенного
8. Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:
 - нет верного варианта.
 - социальные, организационные, коммерческие
 - технические, коммерческие, социальные
 - экономические, социальные, организационные

9. Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?

- восприятие продуктов потребителями
- намерение потребителей совершить покупку.
- поведение покупателей после покупки;
- поведение покупателей при покупке

10. Какая стратегия маркетинга требует от фирмы организации ее деятельности на нескольких сегментах со специально для них разработанными товарами и маркетинговыми программами...

- дифференцированного
- концентрированного
- недифференцированного
- поддерживающего

11. Какие отчетные документы предлагает финансовый анализ (укажите не менее 2-х вариантов ответов):

- SWOT-анализ
- балансовый отчет;
- отчет о финансовых результатах;
- отчет об источниках и исполнении фондов;

12. Какой из нижеперечисленных показателей может наиболее полно выразить уровень технико-технологических, организационных, маркетинговых и других решений, принятых в проекте:

- производительность труда
- рентабельность
- себестоимость
- чистый дисконтированный доход.

13. Коэффициент ликвидности показывает:

- активность использования собственного капитала.
- доходность фирмы
- платежеспособность фирмы
- эффективность использования долга

14. Коэффициент маневренности собственных средств показывает:

- долю долгосрочных займов привлеченных для финансирования активов предприятия
- интенсивность высвобождения иммобилизованных в основных средствах и материальных активах средств.
- сколько заемных средств привлекло предприятие на 1 руб. вложенных в активы собственных средств
- степень гибкости использования собственных средств предприятия

15. Особенностью экономических проектов является:

- главные цели предварительно намечаются, но требуют корректировки по мере прогресса проекта
- нет верного варианта.
- цели заранее определены, но результаты количественно и качественно трудно определить
- цели только намечаются и должны корректироваться по мере достижения промежуточных результатов

16. Поток реальных денег представляет собой:

- разность между притоком и оттоком денежных средств от инвестиционной и операционной деятельности на каждом шаге расчета;
- разность между притоком и оттоком денежных средств от инвестиционной, производственной и финансовой деятельности на каждом шаге расчета
- чистый дисконтированный доход
- чистый поток реальных денег на стадии ликвидации объекта

17. При оценке стоимости предприятия и его элементов используются следующие подходы:

- затратный
- затратный, аналоговый, доходный.
- индексный
- ресурсно-технологический

18. При расчетах показателей экономической эффективности на уровне фирмы в состав результатов проекта включаются:

- общественные результаты
- производственные и финансовые результаты
- производственные, а также социальные результаты, в части относящейся к работникам предприятия и членам их семей;
- только производственные результаты;

19. Проект признан общественно значимым. Каков первый этап оценки экономической эффективности такого проекта:

- оценка общественной эффективности.
- оценка социальной значимости
- оценка финансовой реализуемости проекта
- оценка эффективности собственного капитала

20. Метод, который заключается в прогнозировании, например, уровня и структуры спроса путем принятия за эталон фактические данные отдельных рынков называется:

- аналогий
- корреляции трендов
- нормативный
- экономико-математического моделирования

Примерные темы презентаций

1. Методология и результаты маркетинговых исследований
2. Анализ конкурентной среды: сегментация, дифференциации, позиционирование
3. Исследования потребителей, выявление ядра целевой аудитории
4. Платформа дизайн-проекта: логика формирования, описание, визуальные примеры
5. Аудит коммуникации конкурентных дизайн-проектов
6. Основания для позиционирования дизайн-проекта
7. Развитие дизайн-проекта в коммуникациях на конкретном примере
8. Анализ конкурентной среды: сегментация, позиционирование в проекте по разработке дизайн-проекта
9. Анализ концепции позиционирования дизайн-проекта
10. Метафора дизайн-проекта: источники и ее развитие в вербальной и визуальной составляющих
11. Система дизайна и ее развитие в визуальном комплексе дизайн-проекта

12. Визуальная идентификация дизайн-проекта: источники, методика проектирования, взаимодействие элементов
13. Развитие дизайн-проекта в маркетинговых коммуникациях
14. Разработка платформы и комплексной идентификации дизайн-проекта
15. Методология и результаты маркетинговых исследований
16. Основания для позиционирования дизайн-проекта
17. Анализ конкурентной среды: сегментация, дифференциации, позиционирование
18. Исследования потребителей, выявление ядра целевой аудитории
19. Платформа дизайн-проекта: логика формирования, описание, визуальные примеры
20. Аудит коммуникации конкурентных дизайн-проектов в комплексе

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 2 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест

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

Презентация (Реферат) – оценивание производится по пятибалльной шкале оценивания.

6.3.4.Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации

Примерные вопросы к экзамену

1. Научно технический прогресс и его социально-экономические последствия как факторы развития современного дизайна.
2. Экологический подход в дизайне.
3. Дизайн и инновации.
4. Интеграция высокотехнологичных материалов и процессов.
5. Влияние Интернета на дизайн.
6. Психологические аспекты современного дизайна.
7. Упрощение как цель дизайна.
8. Индивидуализм и универсальность в дизайне.
9. Основные подходы к выбору показателей оценки конкурентоспособности.
10. Эффективность производства и реализации дизайн-проектов.
11. Показатели финансового состояния предприятия.
12. Показатели маркетинговой деятельности предприятия
13. Приведение значений показателей к единой базе.
14. Процедура нормирования показателей.
15. Комплексный показатель оценки конкурентоспособности.
16. Постановка задач ценообразования.
17. Дифференцированное предложение потребительской ценности.
18. Чувствительность к цене у разных групп покупателей; на разные группы и виды товаров; в разных ситуациях покупки.
19. Конкурентные стратегии как результат позиционирования и целей компании.
20. Оценка экономики проекта.
21. Зоны риска и закладывание дополнительного времени на итерации и правки.
22. Тактика переговоров с клиентом для продажи моделей почасовой и фиксированной оплаты труда.

23. Составление сметы проекта и определение бюджета.
24. Определение цены разработки дизайн-решений.
25. Оценка долгосрочной продажи новому клиенту.
26. Планирование бюджета клиента. Емкость проекта.
27. Сущность продвижения дизайн-проектов, сбытовая политика, каналы распределения.
28. Характеристика систем сбыта.
29. Каналы распределения, уровни и типы организации.
30. Маркетинговые системы распределения.
31. Торговые посредники и их классификация.
32. Прямой маркетинг и методы персональных продаж.
33. Многоуровневый маркетинг.
34. Электронный маркетинг.
35. Экономическая сущность и методы расчета проектных затрат.
36. Сущность и источники получения экономического эффекта.
37. Показатели экономической эффективности дизайн-проектов и методы их расчета.
38. Типы проектов и методы их ведения.
39. Декомпозиция проекта на задачи, выбор типа планирования и подходящих инструментов.
40. Pre-sale: входящие заявки, сборка команды, брифинг, оценка проекта, коммерческое предложение.
41. Предпроектная аналитика.
42. Проектирование. Дизайн-концепция. Макеты.
43. Авторский надзор frontend. Backend и тестирование.
44. Творческий ресурс студии (внутренний и внешний).
45. Штатные сотрудники, лояльные аутсорсеры, команда под проект.
46. Отбор и собеседования дизайнеров.
47. Система грейдов и мотивации.
48. Методики управления командой в зависимости от стадии проекта.
49. Мотивация и коммуникация внутри команды.
50. Управление удаленной командой

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности по дисциплине «Экономика дизайн-бизнеса» проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает

– текущий контроль (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- рубежный контроль – оценка результатов освоения дисциплины, степени сформированности компетенций на каждом из этапов освоения учебной дисциплины.

– промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по учебной дисциплине в целом). Промежуточная аттестация по данной дисциплине проводится в форме экзамена.

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы.

Тематическим планом предусмотрен рубежный контроль в виде контрольных заданий и промежуточная аттестация в виде экзамена. К экзамену допускаются студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, задание для самостоятельной работы и контрольные опросы.

Контрольная работа проводится в учебной аудитории. Контрольная работа может осуществляться в формате тестирования студентов и (или) решения задач. Студенты получают бланк заданий. Студенту сообщается время, отведенное на выполнение контрольной работы, способы допустимых исправлений и другая информация (ответы на возникающие вопросы со стороны студентов).

При выполнении контрольной работы студентам запрещается консультироваться с однокурсниками, использовать телефон, информацию на бумажных и других носителях. По окончании работы, выполняемой в самом бланке задания, студент подписывает работу и сдает ее преподавателю на проверку. Результаты работы, типичные ошибки разбираются на следующем занятии. Студентам сообщается оценка, которая заносится в соответствующую ведомость. Ведомость рубежного контроля предоставляется преподавателем в деканат соответствующего факультета.

Тест - является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Тестированием называется метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить знания, умения и навыки студента характеризующих определенный этап формирования компетенций.

Тесты построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы на определенном этапе их освоения. С помощью тестирования можно оценить уровень знаний студента о предметной области дисциплины и понимания основных ее положений и терминов, а так же умение и навыки студента применять полученные при освоении учебной дисциплины практические знания для решения конкретных задач.

Тесты для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих различные этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы бывают следующих видов:

Закрытая форма является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов. Закрытую форму вопросов используют также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае формулируют условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Студент должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

Открытая форма. Вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), чертежа (схемы), графика, в которых пропущены существенные составляющие - слова, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Студент должен вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

Установление соответствия. Студенту предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие.

Установление последовательности предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов, фраз, дат и т.п.

Оценка результатов тестирования предполагает использование количественной шкалы оценивания.

Презентация – это электронный документ, представляющий собой набор слайдов, предназначенный для визуальной демонстрации выполненной работы. Как правило, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, созданную для удобного восприятия информации. Структура презентации: титульный слайд, введение (план презентации), основная часть, заключение (выводы), список использованных источников. Слайд — логически автономная информационная структура, содержащая различные объекты, которые представляются на общем экране монитора.

Оценивается презентация по следующим критериям:

- самостоятельность работы над проектом;
- обоснование выбора темы и ее актуальность;
- практическая значимость работы;
- оригинальность решения проблемы;
- актуальность представленных в презентации материалов;
- глубина и широта знаний по проблеме;
- компетентность докладчика (ответы на вопросы);
- использование наглядности и технических средств.

Итоговое тестирование - проводится в компьютерных классах Института. Тестовые задания размещены в системе дистанционного обучения, поэтому бланков тестовых заданий не требуется. Для выполнения теста студент входит в систему СДО под собственным логином и паролем. Выбирает учебную дисциплину. Входит в раздел тестирования и выполняет тестовые задания. Фиксация хода тестирования происходит автоматически и хранится в электронно-информационной образовательной среде института. Тестовое задание – это педагогическое средство, отвечающее требованиям: краткость; соответствие цели; логическая форма высказывания; одинаковость правил оценки; одинаковость инструкции для всех испытуемых. Краткость заданий в тестовой форме обеспечивается тщательным подбором слов, символов, графиков. Исключаются повторы, малопонятные символы, иностранные слова, затрудняющие восприятие смысла.

Логическое преимущество задания в тестовой форме заключается в возможности естественного превращения утверждения после ответа обучающегося в форму истинного или ложного высказывания. Правила оценки определяются заранее и абсолютно одинаково применяются ко всем испытуемым. Задания сформулированы таким образом, чтобы не возникали логические, психологические и иные препятствия для понимания смысла и для правильного выполнения задания. Для правильного формулирования заданий необходимы анализ содержания учебной дисциплины, классификация учебного материала, установление межпредметных связей, укрупнение дидактических единиц, представление этих единиц через элементы композиции заданий.

Экзамен - промежуточная аттестация (контроль по окончании изучения учебной дисциплины или ее части). Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с расписанием. Студенты допускаются к сдаче экзамена при условии прохождения всех контрольных рубежей. Студенты заранее получают вопросы и задания (при их наличии) к экзамену. **Билет к экзамену** может включать в себя:

- три вопроса, из которых 2 вопроса - теоретические и 1 вопрос – задача или проблемная ситуация.
- 2 вопроса – оба из которых теоретические.

При оценке ответа обучающегося на вопрос билета преподаватель руководствуется следующими критериями:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;
- правильность, способы и методы решения задачи или проблемной ситуации
- языковое оформление ответа.

Оценка **«отлично»** ставится, если обучающихся полно излагает изученный материал, обнаруживает понимание специфики вопроса, дает правильное определение основных понятий и категорий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры, самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно. Ответ не содержит фактические ошибки.

Оценка **«хорошо»** ставится за правильное и глубокое усвоение программного материала, однако в ответе допускаются неточности и незначительные ошибки, как в содержании, так и форме построения ответа.

Оценка **«удовлетворительно»** свидетельствует о том, что студент знает основные, существенные положения учебного материала, но не умеет их разъяснять, допускает отдельные ошибки и неточности в содержании знаний и форме построения ответа.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент обнаруживает незнание большей части материала, неверно отвечает на вопрос, даёт ответ, который содержательно не соотносится с поставленной задачей, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно излагает материал.

При проведении экзамена учитываются результаты выполнения контрольных заданий, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций - результаты рубежного контроля.

Важнейшим условием успешной реализации перечисленных форм контроля является их комплексность и функциональность, предполагающая связь приобретаемых компетенций с конкретными видами и задачами профессиональной деятельности и социальной активности выпускника

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

Основная литература:

3. Арзуманова Т. И., Мачабели М. Ш. Экономика организации: учебник - Москва: Дашков и К°, 2018.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573399
4. Милкова О.И. Экономика и организация предприятия: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся / О.И. Милкова. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=439243

Дополнительная литература:

1. Мухина И. А. Экономика организации (предприятия): учебное пособие - Москва: Флинта, 2017
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=103810
2. Шаркова А. В., Ахметшина Л. Г. Экономика организации: практикум - Москва: Дашков и К°, 2018
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573271
3. Шатаева О.В. Экономика предприятия (фирмы): учебное пособие – М.- Берлин: Директ-Медиа, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=428507
4. Экономика организаций: учебник - Ставрополь: АРГУС СГАУ, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=438689

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. Window.edu.ru – единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://www.minfin.ru/ru/statistics/> - база данных о финансово-экономических показателях Российской Федерации
4. https://www.wto.org/english/res_e/res_e.htm - база данных ВТО
5. <https://www.cfin.ru/business-plan/> - База данных «Библиотека управления» - бизнес-планирование
6. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
7. www.consultant.ru – справочно-правовая система Консультант Плюс
8. www.aup.ru - Административно-управленческий портал
9. www.eur.ru - Библиотека экономической и управленческой литературы
10. www.dis.ru - Издательская группа «Дело и сервис»
11. <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=8732> – методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (часть 1)
12. <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=8730&cwi=0> – методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (часть 2)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

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. 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.

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

При осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине «Экономика дизайн-бизнеса» предполагается использование сети Интернет, стандартных компьютерных программ Microsoft Windows. Использование специального программного обеспечения или справочных систем данная рабочая программа не предусматривает.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 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.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Данные аудитории, а так же помещения для самостоятельной работы студентов, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Аудитории для проведения занятий лекционного типа оборудованы наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой подключенной к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Учебное помещение № II-7, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования.

Кабинет № 207 – 38,2 м²

Оборудование:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. колонки;
4. блок управления проекционным оборудованием;
5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт. Компьютер подключен к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;
6. столы - 13 шт.;
7. стулья – 30 шт..

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 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.

Учебное помещение № I-12, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, самостоятельной работы обучающихся. Компьютерный класс / Лаборатория информационных технологий.

Кабинет № 403 – 61,4 м²

Оборудование:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. колонки;
4. блок управления проекционным оборудованием;
5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.;
6. персональные компьютеры - 27 шт.;

Все компьютеры подключены к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

7. столы - 14 шт.;
8. стулья – 28 шт..

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 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.