Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 06.11.2026 14:07:35
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета МАИС
Кот Ю.В.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ДИСЦИПЛИНЕ

START-UP В ДИЗАЙНЕ

Направление подготовки 54.04.01 Дизайн.

Профиль подготовки Креативный дизайн

Квалификация выпускника магистр

Форма обучения очная

Химки

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины образовательной программы по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн. Креативный дизайн, профиля Креативный дизайн. Дисциплина «Start-up в дизайне» изучается в 2, 3 и 4 семестрах. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Маркетинговая практика, Преддипломная практика, Выполнение и защита ВКР .

Цели дисциплины:

Основной целью программы дисциплины является формирование у студента фундаментальных знаний и практических навыков Start-up в сфере дизайна. Выработать способность: осуществлять самостоятельные исследования и изыскания в области Start-up в дизайне, осуществлять разработку Start-up в дизайне, опираясь на проведенные исследования, уметь грамотно оформить бизнес-план авторского Start-up проекта.

Задачи дисциплины:

- Развить способность студента разрабатывать концепцию творческого проекта в области графического и коммуникативного дизайна и переводить их в Start-up;
- Способствовать мотивации студента к отслеживанию развития технологий в области графического и коммуникативного дизайна; актуализации собственных знания и навыков в практической деятельности; использованию в творческой деятельности формы и инструменты смежных видов искусства и дизайна,
- Сформировать умение студента создавать сложные комплексные проекты в области графического дизайна и переводить их в Start-up;
- Выработать способность у студентов применять результаты авторских исследований по анализу и разработке Start-up проектов в области графического дизайна, дизайна среды и искусства в профессиональной работе;

В процессе освоения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции: УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- - Принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде творческой профессии;
- - Понимать правила стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
- - Ценностные основы совместной профессиональной деятельности;
- - Основы психологии общения, методы развития личности и коллектива;
- - Понимать значимость коммуникативных связей для решения профессиональных задач в сфере графического дизайна;
- - Методы командной работы в креативной среде графического дизайна;
- - Методы и способы построения эффективной командной работы;
- - Принципы распределения ответственности в коллективе;
- - Основы и структуру самостоятельной работы;
- - Инструменты и методы контроля времени в практической работе;

- - Методы конспектирования устных и письменных сообщений;
- - Понимать необходимость стратегического планирования своей жизни;
- - Принципы и технологии, методы и средства самоорганизации и самообразования;
- - Формулировать приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;
- - Потребности рынка труда и востребованные компетенции в профессиональной отрасли дизайна;
- - Осознавать возможности дальнейшего продвижения и саморазвития в профессиональной сфере;
- - Области и объекты профессиональной деятельности дизайнера в рамках своей специальности;
- - Значение методически правильной организации проектирования; этапы, стадии и виды проектирования;
- - Типологический состав дизайн-проекта в своей профессиональной сфере;
- - Типологические профессиональные задачи дизайнера во всех аспектах проектной деятельности;
- - Взаимовлияние эстетических, технологических, эксплуатационных и экономических аспектов в проектировании дизайн-объекта;
- - Требования к различным стадиям проектирования;
- - Основы конструирования в дизайне;
- - Нормы оформления рабочей документации для производства;

Уметь:

- - Гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации;
- - Позиционировать собственное положение и положение других людей в межличностных и деловых отношениях
- - Признавать этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом;
- - Толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при работе в команде;
- - Доверять партнерам, делегировать им ответственность за принятие решений;
- - Осуществлять коммуникацию в межличностном общении по профессиональным вопросам;
- - Выстраивать эффективную командную работу, а также персональную работу в команде;
- - Прогнозировать ситуацию в результате личных действий;
- - Использовать инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;
- - Самостоятельно конспектировать, анализировать, обобщать информацию;
- - Планировать перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей;

- - Разрабатывать поэтапный план-график последовательных шагов для достижения поставленной цели;
- - Быть способным к самоорганизации и самообразованию;
- - Реализовывать действия по совершенствованию своих профессиональных знаний и навыков.
- - Организовывать проектную работу методически правильно, с соблюдением норм и требований к дизайн-проектированию;
- - Методически правильно организовать творческий проектный процесс; соблюдать этапы и стадии проектирования;
- - Разрабатывать проектную идею, основанную на совокупности технических и художественных решений;
- - Проектировать по выданному техническому заданию;
- - Учитывать совокупность технологических и экономических факторов в принятии эстетических решений;
- - Оформлять проектные решения должным образом согласно стадии и целеназначению чертежей и проектных решений;

Владеть:

- - Навыками построения продуктивных форм взаимодействия в коллективе;
- - Выстраивать эффективное взаимодействие со всеми участниками коллектива с учетом ответственности за свои действия;
- - Согласовывать с членами коллектива план последовательных шагов для достижения поставленной цели;
- - Осуществлять функции лидера в командной работе над проектом.
- - Находить компромиссы в совместной работе в коллективе;
- - Опытом объективной оценки персональных и общих решений в коллективе;
- - Профессиональной и межличностной этикой;
- - Навыками мотивации членов коллектива.
- - Умением производить проектирование объекта дизайна в целом и его частей, элементов в составе проектной группы;
- - Навыком проектирования объекты дизайна различного назначения, используя профессиональные средства дизайнера;
- - Способностью синтезировать и гармонизировать в проектируемом объекте дизайна эстетические, технологические, эксплуатационные и экономические решения;
- - Разрабатывать технологически отработанные образцы, прототипы, действующие модели объектов дизайна
- - Умением выпускать готовые комплекты рабочей документации для производства.

В числе профессиональных компетенций по индикаторам степени их освоения обучающийся должен:

ПК-1.1. Способен разрабатывать концепцию творческого проекта в области графического и коммуникативного дизайна

ПК-1.2. Использует в творческой деятельности формы и инструменты смежных видов искусства и дизайна

ПК-1.3. Владеет на профессиональном уровне инструментарием графического дизайнера
ПК-1.4. Способен создавать сложные комплексные проекты в области графического дизайна
ПК-3.1. Следит за развитием технологий в области графического и коммуникативного дизайна; актуализирует собственные знания и навыки в практической деятельности
ПК-3.2. Экспериментирует с новыми продуктами и инновационными технологиями графического дизайна, обновляет свою технологическую базу
ПК-3.3. Осуществляет самостоятельные прикладные и научно-практические исследования в области профессиональной деятельности в графическом дизайне
ПК-3.4. Отрабатывает и совершенствует технологии проектирования и исполнения в графическом дизайне
ПК-3.5. Применяет результаты авторских исследований в проектной и творческой работе в графическом дизайне и искусстве

Оценочные средства освоения дисциплины обучающимся включают:
- текущую аттестацию;
- рубежную аттестацию;
- промежуточную аттестацию.

Текущая аттестация (контроль формирования компетенций) осуществляется постоянно, начиная с первой недели семестра. Средствами текущей аттестации является контроль готовности к занятиям, учитывающий посещение занятий студентом; его готовность к семинарским занятиям, подготовка докладов и презентаций в процессе самостоятельной работы. Результаты текущей аттестации преподаватель фиксирует в журнале учебной группы, где указывает посещение и качество аудиторной работы студента.
Рубежная аттестация осуществляется по окончании освоения раздела «Start-up в дизайне». Рубежная аттестация проводится в виде семинара: развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации заданий по завершенному разделу дисциплины (темы 1-4) или оценки доклада-презентации по выбранной студентом теме. Таким образом, рубежная аттестация проводятся на 8 и 16-17 неделях 2, 3 и 4 семестра.
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой – проводится в рамках экзаменационной сессии по итогам зачет 3 семестра, экз. 4 семестра обучения в форме Опроса, развернутая беседа с обсуждением докладов и презентаций, выполненных студентами за семестр.

2. Методические рекомендации по заданиям текущей аттестации: сбор материала по темам разделов

Рекомендуется начинать изучать источники с общей информации по выбранной теме научно-исследовательской работы с учебников и монографий, затем переходить к публикациям более узкой тематики. На этом этапе можно начинать составлять список использованных источников. На основе анализа документов выявляется круг задач по теме дисциплины, которые ставятся во введении, решаются в основной части, выводы по результатам решения задач кратко излагаются в конце каждого раздела и в заключении.
Все источники делятся на первичные и вторичные. К первичным относятся первоиздания или академические издания, акты, оригинальные документы, протоколы, статистические данные и т. д. Вторичными считаются те источники, в которых исходные прошли правку, переосмысление, цензуру – статьи, обзоры, перепечатки.
Для написания научной работы возможно использовать монографии, теории, авторефераты, сборники статей, материалы научных конференций, статьи и рецензии, научные журналы.
При подборе литературы следует советоваться с преподавателем.

Посетить библиотеку вуза лично или воспользоваться электронным каталогом для поиска литературы.
Так же источником информации становятся интернет-ресурсы. Критично относитесь к информации из сети интернет. Необходимо обращать внимание на репутацию сайта, на котором изложена информация. Рекомендуются электронные ресурсы библиотеки, электронно-библиотечные системы, электронные библиотеки.

3. Методические рекомендации по заданиям рубежной аттестации: опрос

Типовые задания для семинарских занятий

1. *Привести пример управление инновационными продуктами*
2. *Сравнительный анализ и обзор существующих стартап-инструментов для корпорации.*
3. *Введение в предпринимательство и развитие инновационной и предпринимательской среды в компании.*
4. *Привести пример дизайн-мышление и проведение Customer Development.*
5. *Привести пример гибкой методологии управления проектами (Agile): Scrum и Kanban.*
6. *Привести пример управления изменениями и основы трансформации корпоративных процессов.*
7. *Привести пример развития человеческого потенциала*
8. *Привести пример принципов самоорганизации команд по стартап-принципам.*
9. *Привести пример создания корпоративных акселераторов*
10. *Привести пример создания венчурного фонда*
11. *Привести пример создания взаимодействия с внешней стартап- инфраструктурой.*

4. Методические рекомендации и информационное обеспечение дисциплины:

Список литературы и источников

Основная:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496848 (дата обращения: 28.02.2022).
2. Белый, Е. М. Управление стартапами в социальном предпринимательстве : учебное пособие / Е. М. Белый ; под редакцией Е. М. Белого. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 174 с. — ISBN 978-5-88866-811-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/166061 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная:

1. Ицаков, Е. Д. Учебно-методическое пособие по проведению учебно-практического курса "Стартап как проект" : учебно-методическое пособие / Е. Д. Ицаков. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 28 с. — ISBN 978-5-85006-309-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/198995 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Безруких, Ю. А. Экономико-технологические основы развития общества : учебное пособие / Ю. А. Безруких, Е. В. Мельникова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-

библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147589 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489019 (дата обращения: 28.02.2022).

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Для освоения дисциплины обучающимся обеспечен доступ к электронным информационным ресурсам, содержащим профессиональную базу данных и литературные источники, дополняющие перечень литературы:

Доступ в ЭБС:
ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ».
ООО «Издательство Лань».
ООО «Компания Ай Пи Ар Медиа».
ООО «Центральный коллектор библиотек «БИБКОМ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Планы семинарских

Планы семинарских занятий:

Тема 1(2 ч.) (*введение во внутреннее предпринимательство.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Понятие интрапренерства: что такое и как развивать внутреннее предпринимательство в компании*
2. *Причины внедрять внутреннее предпринимательство*
3. *Организационные особенности и предпосылки: когда внедрение обернется для компании успехом, а когда провалом*
4. *Разница в масштабе мышления у сотрудников консервативной компании и компании, построенной на системе интрапренерства*

Список литературы:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496848 (дата обращения: 28.02.2022).
2. Белый, Е. М. Управление стартапами в социальном предпринимательстве : учебное пособие / Е. М. Белый ; под редакцией Е. М. Белого. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 174 с. — ISBN 978-5-88866-811-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/166061 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Ицаков, Е. Д. Учебно-методическое пособие по проведению учебно-практического курса "Стартап как проект" : учебно-методическое пособие / Е. Д. Ицаков. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 28 с. — ISBN 978-5-85006-309-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/198995 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Безруких, Ю. А. Экономико-технологические основы развития общества : учебное пособие / Ю. А. Безруких, Е. В. Мельникова. — Красноярск : СибГУ им. академика

М. Ф. Решетнёва, 2019. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147589 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489019 (дата обращения: 28.02.2022).

Тема 2(2 ч.) (*Обзор существующих сатрапов: отечественных и зарубежных)*
Вопросы для обсуждения:

1. *Предпринимательский дух и как его воспитать*
2. *Сложности и инструменты удержания сильных внутренних предпринимателей*
3. *Что такое культура результата*
4. *Примеры и кейсы успешного внедрения интрапренерства в российских корпорациях*
5. *Примеры и кейсы успешного внедрения интрапренерства в зарубежных корпорациях*

Список литературы:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496848 (дата обращения: 28.02.2022).
2. Белый, Е. М. Управление стартапами в социальном предпринимательстве : учебное пособие / Е. М. Белый ; под редакцией Е. М. Белого. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 174 с. — ISBN 978-5-88866-811-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/166061 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Ицаков, Е. Д. Учебно-методическое пособие по проведению учебно-практического курса "Стартап как проект" : учебно-методическое пособие / Е. Д. Ицаков. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 28 с. — ISBN 978-5-85006-309-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/198995 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Безруких, Ю. А. Экономико-технологические основы развития общества : учебное пособие / Ю. А. Безруких, Е. В. Мельникова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147589 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489019 (дата обращения: 28.02.2022).
6.

Тема 3(2 ч.) (*Чему учиться у стартап-команд и как запускать новые решения быстро эффективно.*)
Вопросы для обсуждения:

1. *Как сегодня запускаются новые продукты в компаниях и чем это отличается от работы стартап-команд;*

2. *Lean startup*
3. *особая коммуникация с пользователями*
4. *особая мотивация и отношение к проекту*
5. *культура результата «культура плюс»*
6. *гибкое построение командной работы над проектов*
7. *Причины, по которым новые продукты у стартапов выходят быстрее и больше подходят потребителям, чем у крупных компаний.*
8. *Типичные ошибки быстрого запуска новых продуктов и пользовательских решений..*

Список литературы:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496848 (дата обращения: 28.02.2022).
2. Белый, Е. М. Управление стартапами в социальном предпринимательстве : учебное пособие / Е. М. Белый ; под редакцией Е. М. Белого. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 174 с. — ISBN 978-5-88866-811-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/166061 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Ицаков, Е. Д. Учебно-методическое пособие по проведению учебно-практического курса "Стартап как проект" : учебно-методическое пособие / Е. Д. Ицаков. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 28 с. — ISBN 978-5-85006-309-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/198995 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Безруких, Ю. А. Экономико-технологические основы развития общества : учебное пособие / Ю. А. Безруких, Е. В. Мельникова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147589 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489019 (дата обращения: 28.02.2022).

.

Тема 4(2 ч.) (*Lean Startup и другие инструменты для работы в корпорациях.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Бизнес-моделирование*
2. *Customer Development и дизайн-мышление*
3. *Создание минимального работоспособного продукта (MVP) и прототипирование*
4. *Soft Launch — первые тесты продукта: как и где, сколько денег тратить, на что обращать внимание при тестировании.*

Список литературы:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496848 (дата обращения: 28.02.2022).
2. Белый, Е. М. Управление стартапами в социальном предпринимательстве : учебное пособие / Е. М. Белый ; под редакцией Е. М. Белого. — Ульяновск : УлГУ, 2020. —

174 с. — ISBN 978-5-88866-811-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/166061 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Ицаков, Е. Д. Учебно-методическое пособие по проведению учебно-практического курса "Стартап как проект" : учебно-методическое пособие / Е. Д. Ицаков. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 28 с. — ISBN 978-5-85006-309-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/198995 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Безруких, Ю. А. Экономико-технологические основы развития общества : учебное пособие / Ю. А. Безруких, Е. В. Мельникова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147589 (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489019 (дата обращения: 28.02.2022).

.

Тема 5(2 ч.) (*Приоритезация задач при запуске инновационных решений.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Приоритезация задач при запуске инновационных решений: что делаем в первую очередь, что — в последнюю.*
2. *HADI-циклы: быстрое и эффективное движение вперед*
3. *Сторителлинг и питчинг: как интересно рассказывать клиентам и партнерам о создании новых продуктов и своих идеях.*
4.

Список литературы:

1. 1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 6(2 ч.) (*Формирование идеи стартапа как инновационного проекта.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Алгоритм и методология дизайн-мышления: эмпатия, фокусировка, идеи, прототипирование, тестирование инновационных решений.*
2. *Проектирование оптимальных ценностных предложений с помощью дизайн-мышления и Customer Development. Углублённый разбор методики VP Canvas.*
3. *Customer Development: четкое определение и приоритезация клиентских сегментов, поиск и формулировка проблем пользователей, генерирование и тестирование гипотез, подготовка, проведение и анализ интервью с клиентами и пользователями. HADI-циклы*

Список литературы:

1. Бесплатный тест анализа личности онлайн http://testosa.ru/
2. Перлз "Гештальт-подход. Свидетель терапии".
3. Энрайт "Гештальт, ведущий к просветлению".
4. Иванова, Лебедева "Путешествие в гештальт".
5. Перлз "Теория гештальт-терапии"
6. Жан-Мари Робин "Гештальт-терапия".
7. Йонтеф "Осознавание, диалог и процесс терапии".

Тема 7(2 ч.) (*Выбор проектного менеджера (человека или организации)*)
Вопросы для обсуждения:

1. *Примеры и кейсы успешного решения в российских корпорациях*
2. *Примеры и кейсы успешного решения в американских корпорациях*
3. *Примеры и кейсы успешного решения в европейских корпорациях*
4. *Примеры и кейсы успешного решения в азиатских корпорациях*

Список литературы:

1. Перлз "Гештальт-подход. Свидетель терапии".
2. Энрайт "Гештальт, ведущий к просветлению".
3. Иванова, Лебедева "Путешествие в гештальт".
4. Перлз "Теория гештальт-терапии"
5. Жан-Мари Робин "Гештальт-терапия".
6. Йонтеф "Осознавание, диалог и процесс терапии".

Тема 8(2 ч.) (*Бизнес – акселератор.*)
Вопросы для обсуждения:

1. *Определение Бизнес – акселераторе*
2. *Возможность пройти обучающую программу.*
3. *Нетворкинг и множество полезных контактов — как среди участников акселератора, так и среди экспертов.*
4. *Возможность заключить контракт с корпорацией в упрощенном порядке.*
5. *Поддержку трекера — человека с бизнес-опытом, у которого есть или был собственный бизнес или который помог запустить и масштабировать большое количество проектов и хорошо ориентируется в различных сферах бизнеса. С ним вы регулярно встречаетесь, обсуждаете гипотезы, тестируете и обсуждаете результаты. Трекер помогает связями в силу того, что знает много инвесторов и сотрудников корпораций.*
6. *Возможность представить свой проект перед инвесторами и привлечь инвестиции.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 9 (2 ч.) (*Поиск стартового капитала.*)
Вопросы для обсуждения:

1. *Примеры и кейсы успешного решения в российских корпорациях*
2. *Примеры и кейсы успешного решения в американских корпорациях*
3. *Примеры и кейсы успешного решения в европейских корпорациях*
4. *Примеры и кейсы успешного решения в азиатских корпорациях*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 10(2 ч.) (*Типы Agile-методологий)*
Вопросы для обсуждения:

1. *Scrum. Работа в этой методике строится по итерациям. Все задачи, необходимые для завершения продукта, формируются в специальный перечень —*

бэклог, а главная роль отведена заказчику, который определяет вид и функционал продукта.

2. *Kanban. В нем упор сделан на визуализации задач на досках и оптимизации рабочего процесса. Kanban-команды стремятся сократить время на реализацию проекта и повысить эффективность.*
3. *Extreme Programming основывается на таких практиках, как парное программирование, разработка через тестирование и непрерывная интеграция, то есть постоянное добавление новых элементов в основной проект.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 11(2 ч.) (*Принципы Agile.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов. Поэтому методология подходит как небольшим стартапам, так и крупным корпорациям. Не важно, где происходит общение и ставятся задачи — в чате Telegram или в таск-менеджере, — главное, чтобы все участники процесса понимали цели проекта и знали, что происходит на текущем этапе.*
2. *Работающий продукт важнее исчерпывающей документации. Благодаря этому принципу разработка Agile начинается быстрее — уже на первых этапах вместо составления объемного технического задания создаются и тестируются прототипы, на которых проверяются гипотезы.*
3. *Сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта. Работа по методологии Agile предполагает активное участие клиента, поэтому она не подходит заказчикам, которые не готовы вникать в работу, уделять со своей стороны достаточно времени проекту и экспериментировать.*
4. *Готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану. Этот принцип — фундамент гибкой разработки. Невозможно идеально распланировать все заранее, а некоторые светлые идеи приходят именно в процессе работы над продуктом. Agile позволяет концентрироваться на задачах, которые важны сейчас, и не тратить ресурс на продумывание двух-трех шагов наперед.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

.

Тема 12(2 ч.) (*Как устроена Agile-команда.)*

Вопросы для обсуждения:

1. *product owner;*
2. *project-менеджеры;*
3. *UX-дизайнеры;*
4. *технические писатели;*
5. *разработчики (тип разработчика зависит от профиля проекта);*
6. *тестировщики.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 13(2 ч.) (*Как внедрить Agile-подход.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *провести обучение сотрудников;*
2. *учесть специфику разработки;*

3. *учесть финансовый аспект перестройки компании;*
4. *не использовать только часть методов, которые сами по себе работать не будут.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 14(2 ч.) (*Управление изменениями и основы трансформации корпоративных процессов.*)

Вопросы для обсуждения:

4. *Подходы и цикл управления изменениями и корпоративной трансформацией: подготовка и презентация «неизбежности» перемен, работа с лидерами изменений и трансформации, управление сопротивлением и поэтапная модель внедрения изменений.*
5. *Уровни корпоративных трансформационных процессов: макро-подход к корпоративной трансформации, инструментальный и инкрементальный уровни трансформации. Digital-трансформация в работающей компании..*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная

система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 15(2 ч.) (*Развитие человеческого потенциала и принципы самоорганизации команд по стартап-принципам.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Различия между организацией командной работы и работы подразделений в стартап-индустрии и корпоративной среде.*
2. *Способы развития гибкости во взаимодействии внутри корпорации и развитие кросс-функциональной коммуникации. Формирование и поддержание самоорганизующихся команд в работе над инновационными проектами.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная

Тема 16(2 ч.) (*Определение, структура и необходимость команды для инновационного стартапа.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Привести пример и раскрыть возможное визуальное и лингвистическое позиционирование личного бренда в графическом дизайне.*
2. *Определение целей и личности бренда.*
3. *Исследование рынка и пользователей.*
4. *Логотип.*
5. *Визуальные элементы бренда*
6. *Фирменный стиль бренда*
7. *Руководство по стилю*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 17(2 ч.) (*Типы команд.*)
Вопросы для обсуждения:

1. *Составляющий бенчмаркинга*
2. *Цель*
3. *Задачи*
4. *4 уровня изучения*
5. *Правила*
6. *Виды бенчмаркинга*
7. *Вид 1. Внутренний*
8. *Вид 2. Внешний*
9. *Что сравнивается в процессе*
10. *Шаг 1. Отбор показателей*
11. *Шаг 2. Составление критериев оценки*
12. *Шаг 3. Выбор компании*
13. *Шаг 4. Сбор информации*
14. *Шаг 5. Анализ и адаптация*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 18(2 ч.) (*Динамика команды в контексте развития компании.)*
Вопросы для обсуждения:

1. *Привести пример и раскрыть возможное визуальное и лингвистическое позиционирование личного бренда в графическом дизайне.*
2. *Ассоциативное проектирование своего бренда*

3. *поиск метафоры на примере личного бренда в графическом дизайне,*
4. *создание метаморфозы на примере личного бренда в графическом дизайне.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 19(2 ч.) (*Принципы формирования, удержания, мотивации и развития команды инновационного проекта.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Привести пример и раскрыть старение бренда: признаки, методы их выявления.*
2. *Показатели старения бренда.*
3. *Появление новых конкурентов*
4. *Изменение потребностей*
5. *Старение аудитории*
6. *Мода*
7. *Модернизация рынка*
8. *Точки контакта бренда.*
9. *Омоложение бренда.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. —

ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

.

Тема 20(2 ч.) *Команда как форма работы коллективов в исторической ретроспективе.*)
Вопросы для обсуждения:

1. *Показатели старения бренда.*
2. *Точки контакта бренда.*
3. *Омоложение бренда.*
4. *Понятие: Ребрэндинг.*
5. *Понятие: Рестайлинг.*
6. *Понятие: Фандрайзинг.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 21(2 ч.) (*Подходы и цикл управления изменениями и корпоративной трансформацией: подготовка и презентация «неизбежности» перемен, работа с лидерами изменений и трансформации, управление сопротивлением и поэтапная модель внедрения изменений.*)
Вопросы для обсуждения:

1. *Примеры и кейсы успешного решения в российских корпорациях*
2. *Примеры и кейсы успешного решения в американских корпорациях*
3. *Примеры и кейсы успешного решения в европейских корпорациях*
4. *Примеры и кейсы успешного решения в азиатских корпорациях*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 22(2 ч.) (*Уровни корпоративных трансформационных процессов: макро-подход к корпоративной трансформации, инструментальный и инкрементальный уровни трансформации. Digital-трансформация в работающей компании.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Подходы и цикл управления изменениями и корпоративной трансформацией: подготовка и презентация «неизбежности» перемен, работа с лидерами изменений и трансформации, управление сопротивлением и поэтапная модель внедрения изменений.*
2. *Уровни корпоративных трансформационных процессов: макро-подход к корпоративной трансформации, инструментальный и инкрементальный уровни трансформации.*
3. *Digital-трансформация в работающей компании.*
4. *Примеры и кейсы успешного решения в российских корпорациях*
5. *Примеры и кейсы успешного решения в американских корпорациях*
6. *Примеры и кейсы успешного решения в европейских корпорациях*
7. *Примеры и кейсы успешного решения в азиатских корпорациях*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 23(2 ч.) (*Различия между организацией командной работы и работы подразделений в стартап-индустрии и корпоративной среде.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Стартапам легче находить то, чем можно удержать аудиторию, не меняясь глобально и не пытаясь предлагать совершенно новые продукты.*

2. *Крупный бизнес увидел жесткую борьбу традиционных продуктов и digital с победой последних.*
3. *Во взаимоотношениях корпораций и стартапов сегодня есть две основных проблемы:*
4. *Первая — это то, что крупные компании не хотят работать со стартапами.*
5. *Вторая причина связана с цифровизацией — это компетентностный разрыв. Раньше корпорации получали знания из книг и на выставках инноваций. Гиганты рынка собирали их «в портфель» и после применяли на практике. Но система изменилась: новые технологии часто создают стартапы и молодые специалисты.*
6. *Получается неоднозначная картина: все равно чаще побеждают корпорации. Причин много — у них больше ресурсов, финансовых и административных, выше устойчивость и проверенная бизнес-модель. Зачастую они дольше находятся на рынке, лучше знают подводные камни, успели закрепиться.*
7. *К этим давно работающим и очень эффективным инструментам добавляется новый: venture builder — это стартап, который создает корпорация. Здесь сочетаются две сильные стороны: инновации в виде стартапа с его гибким подходом и мощная ресурсная и клиентская база зрелой компании.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 24(2 ч.) (*Способы развития гибкости во взаимодействии внутри корпорации и развитие кросс-функциональной коммуникации. Формирование и поддержание самоорганизующихся команд в работе над инновационными проектами.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Роли в рамках кросс-функциональной команды*
2. *Product Owner — отвечает за продукт: формирование требований, работа с roadmap и backlog продукта, планирование релизов, анализ обратной связи, общение со стейкхолдерами;*
3. *Scrum Master — помогает команде и PO с развитием Agile культуры: следит за следованием Scrum, фасилитирует активности, помогает устранить конфликты и препятствия;*
4. *Команда Разработки — специалисты в области Back-end, Front-end, Mobile dev, UX/UI, QA, BA и другие.*
5. Преимущества кросс-функционального подхода

6. *Быстрая проверка гипотез; Частая поставка продукта; Открытость; Равенство участников*
7. *Roadmap продукта; Backlog команды; Минимум внешних зависимостей достигается за счет кросс-функционального состава команды.*
8. *Сбалансированный состав команды соблюдение баланса является вполне логичным требованием.;*
9. *Общий уровень Agile культуры и осведомленности о практиках критичен для успеха команды и Здравый смысл*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 25(2 ч.) (*Подходы к акселерации инновационных идей внутри корпорации и вне нее, этапы организации корпоративных акселерационных программ и принципы взаимодействия со развиваемыми продуктами.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Примеры и кейсы успешного решения в российских корпорациях*
2. *Примеры и кейсы успешного решения в американских корпорациях*
3. *Примеры и кейсы успешного решения в европейских корпорациях*
4. *Примеры и кейсы успешного решения в азиатских корпорациях*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 26(2 ч.) (*Принципы и способы взаимодействия со стартап-индустрией, технологическими фондами и проектами, методология поиска и оценки стартапов на ранней станции.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Примеры и кейсы успешного решения в российских корпорациях*
2. *Примеры и кейсы успешного решения в американских корпорациях*
3. *Примеры и кейсы успешного решения в европейских корпорациях*
4. *Примеры и кейсы успешного решения в азиатских корпорациях*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490449 (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/290631 (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов:

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к практическому занятию, подготовка к дискуссии, презентации, подготовка доклада, конспектирование изучаемой литературы, сбор визуальных материалов по изучаемой теме.

Самостоятельная работа обучающегося является продолжением аудиторной работы и содержит как творческую и научно-исследовательскую работу, так и репродуктивную деятельность в рамках подготовки сообщений и докладов.

Результаты самостоятельной работы студента представляются преподавателю на семинарских занятиях для консультаций, разбора ошибок, обсуждения и выработки планов дальнейшей индивидуальной работы.

Подготовка к зачету также является видом самостоятельной работы студента. В рамках подготовки к зачету обучающийся исправляет недочёты, проводит корректировку и дополнение всех презентаций за семестр.

6. Методические рекомендации по подготовке доклада-презентации к семинарским занятиям.

Доклад-презентация готовится обучающимся по выбранной теме. Представляет собой краткое изложение наиболее существенных аспектов профессиональной проблематики применительно к выбранному явлению, персоналии или произведению искусства и графического дизайна.

Экранная презентация является визуальным сопровождением устного доклада. Она не должна быть тождественна докладу, но должна расширять, дополнять сказанное. Давать опорную визуальную информацию, которая нуждается в представлении и комментарии докладчика. Может так же содержать элементы инфографики: схемы, таблицы, диаграммы, расширяющие восприятие материалов доклада.

Объём экранной презентации – от 15 до 25 слайдов, длительность доклада – 10-15 минут. Выполняется экранная презентация в приложении PowerPoint, как многостраничный файл, адаптированный к формату интерактивной доски (пропорция изображения -16:9).

Доклад предполагает осмысление и анализ произведений искусства или достижений графического дизайна, выбранного обучающимся по изучаемой проблеме, умение сформулировать роль и значимость объекта изучения, демонстрацию глубокого ознакомления с объектом изучения и навык сбора приоритетной визуальной информации.