Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 06.11.2026 14:03:14
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета МАИС
Кот Ю.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
START-UP В ДИЗАЙНЕ
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 54.04.01 Дизайн.

Профиль подготовки Креативный дизайн

Квалификация выпускника магистр
Форма обучения очная

(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)

Химки

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели:

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:

- 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;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины образовательной программы по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, профиля Креативный дизайн.

Дисциплина «Start-up в дизайне» изучается в 2, 3 и 4 семестрах. Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения указанных в таблице дисциплин. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения указанных в таблице дисциплин и прохождения практик.

Блок 1. Дисциплины– «Start-up в дизайне»	Наименование дисциплин учебного плана.
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	Комплекс базовой предпрофессиональной подготовки учащегося профиля «Дизайн»
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:	Маркетинговая практика Преддипломная практика Выполнение и защита ВКР

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности) 54.03.01 Дизайн, профиль Креативный дизайн.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.

Компетенция (код и наименование)	**Индикаторы компетенций**	**Результаты обучения**
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели	Знать: - Принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде творческой профессии; - Понимает правила стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; Уметь: - Гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации; Владеть: - Навыками построения продуктивных форм взаимодействия в коллективе; - Выстраивает эффективное взаимодействие со всеми участниками коллектива с учетом ответственности за свои действия; - Согласовывает с членами коллектива план последовательных шагов для достижения поставленной цели; - Осуществляет функции лидера в командной работе над проектом.
	УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников	Знать: - Ценностные основы совместной профессиональной деятельности; - Основы психологии общения, методы развития личности и коллектива; Уметь: - 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; Владеть:

		- Находить компромиссы в совместной работе в коллективе;
	УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;	Знать: - Значимость коммуникативных связей для решения профессиональных задач в сфере графического дизайна; - Методы командной работы в креативной среде графического дизайна; Уметь: - Доверять партнерам, делегировать им ответственность за принятие решений; - Осуществлять коммуникацию в межличностном общении по профессиональным вопросам; Владеть: - Опытом объективной оценки персональных и общих решений в коллективе;
	УК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; анализирует возможные последствия личных действий; строит продуктивное взаимодействие с учетом этого; несет личную ответственность за результат.	Знать: - Методы и способы построения эффективной командной работы; - Принципы распределения ответственности в коллективе; Уметь: - Выстраивать эффективную командную работу, а также персональную работу в команде; - Прогнозировать ситуацию в результате личных действий; Владеть: - Профессиональной и межличностной этикой; - Навыками мотивации членов коллектива
УК-6Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Знать: - Основы и структуру самостоятельной работы; - Инструменты и методы контроля времени в практической работе; - Методы конспектирования устных и письменных сообщений; - Понимает необходимость стратегического планирования своей жизни; Уметь: - Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;

		- Самостоятельно конспектировать, анализировать, обобщать информацию; Владеть: - Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей.
	УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста	Знать: - Принципы и технологии, методы и средства самоорганизации и самообразования; - Формулирует приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; Уметь: - Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей;
	УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	Знать: - Потребности рынка труда и востребованные компетенции в профессиональной отрасли; Уметь: - Самостоятельно организовывать свою деятельность, заниматься самообразованием с использованием всех возможных инструментов; Владеть: - Разрабатывает поэтапный план-график последовательных шагов для достижения поставленной цели;
	УК- 6.4 Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития	Знать: - Осознаёт возможности дальнейшего продвижения и саморазвития в профессиональной сфере; Уметь: - Планирует профессиональную карьеру с поэтапным продвижением в стратегическом направлении развития; Владеть: - Способностью к самоорганизации и самообразованию; - Реализует действия по совершенствованию своих профессиональных знаний и навыков.

ОПК-4. Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.	ОПК-4.1. Владеет методикой и технологиями проектирования объекта дизайна на практике	Знать: - 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; Уметь: - Организовать проектную работу методически правильно, с соблюдением норм и требований к дизайн-проектированию; Владеть: - Производить проектирование объекта дизайна в целом и его частей, элементов в составе проектной группы;
	ОПК-4.2. Применяет профессиональные инструменты дизайнера: научные, технические, инженерные; выразительные, художественные, - в проектной и производственной деятельности	Знать: - Типологические профессиональные задачи дизайнера во всех аспектах проектной деятельности; Уметь: - Методически правильно организовать творческий проектный процесс; соблюдать этапы и стадии проектирования; - Разрабатывать проектную идею, основанную на совокупности технических и художественных решений; Владеть: - Проектирует объекты дизайна различного назначения, используя профессиональные средства дизайнера;
	ОПК-4.3. Синтезирует и гармонизирует в проектируемом объекте дизайна эстетические, технологические, эксплуатационные и экономические аспекты	Знать: - Взаимовлияние эстетических, технологических, эксплуатационных и экономических аспектов в проектировании дизайн-объекта Уметь: - Проектировать по выданному техническому заданию; - Учитывать совокупность технологических и экономических факторов в принятии эстетических решений; Владеть: - Синтезирует и гармонизирует в проектируемом объекте дизайна эстетические, технологические, эксплуатационные и экономические решения

	ОПК-4.4. Осуществляет конструирование, рабочее проектирование и технологическую адаптацию проекта к производственному циклу дизайн-объекта	Знать: - Требования к различным стадиям проектирования; - Основы конструирования в дизайне; - Нормы оформления рабочей документации для производства; Уметь: - Оформлять проектные решения должным образом согласно стадии и целеназначению чертежей и проектных решений; Владеть: - Разрабатывает технологически отработанные образцы, прототипы, действующие модели объектов дизайна - Выпускает готовые комплекты рабочей документации для производства.
ПК-1. Способен осуществлять авторскую творческую деятельность в графическом дизайне, в смежных областях и видах искусства и дизайна с использованием профессиональных методов и инструментариев дизайнера.	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	Знать: Формы и инструменты научного и прикладного исследования; Нормативные требования к оформлению проектной документации; Уметь: Определять актуальную проблематику проекта; Проектировать с использованием междисциплинарного подхода; Сформулировать авторский взгляд на проектную задачу; Владеть: Создавать сложные комплексные дизайн-проекты; Находит оригинальные решения в работе над проектом; Оформляет проектные решения по установленным требованиям к проектной документации

ПК-3Способен осуществлять самостоятельные научные исследования и изыскания в области прикладных и инновационных технологий искусства и дизайна; осваивает достижения научно-технического прогресса в области графического дизайна и в смежных областях; применяет результаты собственных исследований и технические инновации в практической и творческой работе.	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	Знать: Основы экономической деятельности в области специализации; Ценообразование в области профессиональной деятельности; Нормативные требования к оформлению финансовых, сметных, отчетных документов; Уметь: Формировать бюджет проекта; Осуществлять мониторинг рынка технических новаций, материалов, IT-продуктов и т.п., применяемых в профессиональной деятельности по специализации; Владеть: Разрабатывает детальный бюджет проекта; Создает бизнес-план проекта или организации по профилю деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины

Объем (общая трудоемкость) дисциплины «Start-up в дизайне» составляет 5 з.е., 180 акад. часов, из них контактных - 86 акад.ч., СРС - 67 акад.ч., формы контроля – зачет 3 семестра, экз. 4 семестра.

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры		
		2	3	4
Контактная работа обучающихся	*86*	*30*	*30*	*26*
в том числе:				
Занятия лекционного типа		*10*	*4*	*4*
Занятия семинарского типа		*20*	*26*	*22*
Индивидуальные и другие виды занятий	-	-		
Групповые консультации	-	-		
Самостоятельная работа (включая часы контроля)	*67*	*24*	*24*	*19*
Контроль	*27*			*27*
Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)			**зачет**	**экзамен 27**
Общая трудоемкость акад.час	*180*	*54*	*54*	*72*
з.е.	***5***	***1,5***	***1,5***	***2***

4.2. Структура дисциплины для очной формы обучения.

№ п/п	Тема/Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы*, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий, проводимых в интерактивных формах					Формы текущего контроля успеваемости *(по неделям семестра)* Форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
			Лекции и ЗЛТ	Семинары / Практические ЗСТ	Консультации	ИКР	СРС	

1	Управление инновационными продуктами и обзор существующих стартап-инструментов.	2	10	20				*Опрос, доклад*
	Самостоятельная работа						24	
2	итого:	2	10	20			24	
3	Дизайн-мышление	3	2	10				*Опрос, доклад*
4	Гибкие методологии управления проектами	3	2	16				*Опрос, доклад*
	Самостояельная работа						24	
5	зачет	3						*защита доклад-презентация*
6	итого:	3	4	26			24	
7	Развитие человеческого потенциала.	4	1	11				*Опрос, доклад*
8	Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап-инфраструктурой	4	2	11				*Опрос, доклад Тестирование*
	Самостоятельная работа						19	
9	*Экзамен*	4				27		*защита доклад-презентация*
10	итого:	4	4	22		27	19	

4.3. Содержание разделов дисциплины

№	Наименование раздела (подраздела, темы) дисциплины	Содержание
1	*Управление инновационными продуктами и обзор существующих стартап-инструментов.*	*Управление инновационными продуктами и обзор существующих стартап-инструментов для корпорации. Введение в предпринимательство и развитие инновационной и предпринимательской среды в компании.*
2	*Дизайн-мышление.*	Дизайн-мышление и проведение Customer Development.
3	*Гибкие методологии управления проектами*	*Гибкие методологии управления проектами (Agile): Scrum и Kanban. Управление изменениями и основы трансформации корпоративных процессов.*
4	*Развитие человеческого потенциала.*	*Развитие человеческого потенциала и принципы самоорганизации команд по стартап-принципам*
5	*Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап- инфраструктурой*	*. Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап- инфраструктурой*

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	*Управление инновационными продуктами и обзор существующих стартап-инструментов.*	*Лекция 1. Управление инновационными продуктами*	*Проблемная лекция с использованием видеоматериалов*
		Лекция 2. Обзор существующих стартап-инструментов	*Проблемная лекция с использованием видеоматериалов*
		Лекция 3. Введение в предпринимательство	*Проблемная лекция с использованием видеоматериалов*
		Лекция 4. Развитие инновационной и предпринимательской среды	*Проблемная лекция с использованием видеоматериалов*
		Лекция 5. Три типа внутренних организационных инновационных систем: жесткая инновационная структура, мягкая и смешанная.	*Проблемная лекция с использованием видеоматериалов*
		Семинар 1. введение во внутреннее предпринимательство	*Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.*
		Семинар 2. обзор существующих сатрапов: отечественных и зарубежных	*Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.*
		Семинар 3. Чему учиться у стартап-команд и как запускать новые решения быстро эффективно	*Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации*
		Семинар 4. Lean Startup и другие инструменты для работы в корпорациях	*Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации*
		Семинар 5. Приоритезация задач при запуске инновационных решений	*Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации*
		Самостоятельная работа	*Сбор материалов по темам раздела*

			Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям
2.	*Дизайн-мышление.*	*Лекция 1.* Дизайн-мышление и проведение Customer Development. *Семинар 1.* *Формирование идеи стартапа как инновационного проекта.* *Семинар 2.* *Выбор проектного менеджера (человека или организации)* *Семинар 3.* *Бизнес – акселератор.* *Семинар 4.* *Создание информационного поля о стартапе и общественного мнения о нем (ТВ, радио, периодика, другие СМИ).* *Семинар 5.* *Поиск стартового капитала* *Самостоятельная работа*	*Проблемная лекция с использованием видеоматериалов* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации* *Сбор материалов по темам раздела* *Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям*
3.	*Гибкие методологии управления проектами*	*Лекция 1.* *Группа методик для гибкого управления проектами в команде разработки - Agile. (Scrum и Kanban)* *Семинар 1.* *Типы Agile-методологий* *Семинар 2.* *Принципы Agile* *Семинар 3.* *Как устроена Agile-команда* *Семинар 4.* *Как внедрить Agile-подход*	*Проблемная лекция с использованием видеоматериалов* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.*

		Семинар 5. *Управление изменениями и основы трансформации корпоративных процессов.* *Самостоятельная работа*	*Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Сбор материалов по темам раздела* *Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям*
4.	*Развитие человеческого потенциала.*	*Семинар 1.* *Развитие человеческого потенциала и принципы самоорганизации команд по стартап-принципам* *Семинар 2.* *Определение, структура и необходимость команды для инновационного стартапа.* *Семинар 3.* *Типы команд.* *Семинар 4.* *Динамика команды в контексте развития компании.* *Семинар 5.* *Принципы формирования, удержания, мотивации и развития команды инновационного проекта.* *Семинар 6.* *Команда как форма работы коллективов в исторической ретроспективе.* *Самостоятельная работа*	*Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации* *Сбор материалов по темам раздела* *Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям*

5.	*Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап-инфраструктурой*	*Лекция 1. Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап- инфраструктурой* *Семинар 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* *Семинар 2. Уровни корпоративных трансформационных процессов: макро-подход к корпоративной трансформации, инструментальный и инкрементальный уровни трансформации. Digital-трансформация в работающей компании.* *Семинар 3. Различия между организацией командной работы и работы подразделений в стартап-индустрии и корпоративной среде.* *Семинар 4. Способы развития гибкости во взаимодействии внутри корпорации и развитие кросс-функциональной коммуникации. Формирование и поддержание самоорганизующихся команд в работе над инновационными проектами.* *Семинар 5. Подходы к акселерации инновационных идей внутри корпорации и вне нее, этапы организации корпоративных акселерационных программ и*	*Проблемная лекция с использованием видеоматериалов* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.*

		принципы взаимодействия со развиваемыми продуктами. *Семинар 6.* *Принципы и способы взаимодействия со стартап-индустрией, технологическими фондами и проектами, методология поиска и оценки стартапов на ранней станции.* *Самостоятельная работа*	*Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.* *Сбор материалов по темам раздела* *Подготовка докладов/ сообщений к семинарским занятиям*

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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.

6.1. Система оценивания

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Например,

Форма контроля	**Компетенция/ индикатор компетенции**	**Оценка**
Текущий контроль:		

- *опрос*	УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3.	*зачтено/не зачтено*
- *участие в дискуссии на семинаре*	УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3.	*зачтено/не зачтено*
Промежуточная аттестация *(зачет)*	УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3.	*зачтено /не зачтено*
Промежуточная аттестация *(экзамен)*	УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3.	*зачтено /не зачтено*

6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	**Критерии оценки результатов обучения по дисциплине**
«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.
«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».
«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».
«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Типовые тестовые задания для проверки уровня форсированности обще учебных и профессиональных компетенций:

1. Как осуществляется текущий контроль в организации?
a) Путем заслушивания работников организации на производственных совещаниях;
b) Путем наблюдения за работой работников;
c) С помощью системы обратной связи между руководящей и руководимой системами;
d) Путем докладов на сборах и совещаниях;
e) Вышестоящей структурой.

2.Кто несет юридическую ответственность за исполнение заказа?

a) сам дизайнер;
b) исполнитель, на кого заключен договор;
c) руководитель отдела;
d) заказчик

3. Контроль — это:
a) Вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации;
b) Вид человеческой деятельности;
c) Наблюдение за работой персонала организации;
d) Наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий.

4. Для сокращения потребности в контроле целесообразно:
a) Создавать организационные и социально-психологические условия для персонала;
b) Создавать соответствующие социальные условия для персонала;
c) Создавать соответствующие организационные условия для персонала;
d) Постоянно совершенствовать систему стимулирования труда персонала.

6. Что есть основой мотивации труда в японских корпорациях?
a) Получение высоких материальных вознаграждений;
b) Гармонизация между трудом и капиталом;
c) Признание заслуг;
d) Постоянное повышение квалификации персонала.

7. Когда исторически возник вопрос мотивации труда?
a) Со времен появления денег;
b) Со времен возникновения организаций;
c) Со времен появления руководителя организации;
d) Со времен зарождения организованного производства.

8. Под планированием в дизайне понимают:
a) Вид деятельности;
b) Отделённый вид управленческой деятельности, который определяет перспективу и будущее состояние проекта;
c) Перспективу развития проекта;
d) Состояние дизайн-студии.

9. Организационное планирование осуществляется:
a) Только на высшем уровне управления;
b) На высшем и среднем уровнях управления;
c) На среднем уровне управления;
d) На всех уровнях управления

10. Вид хозяйственной деятельности, когда все ее участники занимаются совместной предпринимательской деятельностью и несут солидарную ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом это -:
a) Товарищество с дополнительной ответственностью;
b) Товарищество с ограниченной ответственностью;
c) Полное товарищество;
d) Коммандитное товарищество;

11. К средствам мотивации труда не относятся:
a) Проведение производственных совещаний;
b) Повышение квалификации персонала;
c) Обеспечение условий для самовыражения;
d) Объявление благодарности.

14. Когда осуществляется заключительный контроль перед сдачей дизайн-проекта?
a) До фактического начала выполнения работ;
b) После, выполнения запланированных работ;
c) В ходе проведения определенных работ;
d) Тогда, когда удобно руководителю.

15. Когда осуществляется текущий контроль при работе над дизайн-проектом?
a) После выполнения определенных работ;
b) До фактического начала выполнения определенных работ;
c) В ходе проведения определенных работ;
d) Тогда, когда удобно коллективу.

16. Что обеспечивает управленческая функция «мотивация» при работе над дизайн проектом?
a) Достижение личных целей;
b) Побуждение работников к эффективному выполнению поставленных задач;
c) Исполнение принятых управленческих решений;
d) Обеспечение бесспорного влияния на подчиненного

17. Определяются следующие фазы жизненного цикла организации:
a) Создание, становление, развитие, возрождение;
b) Рождение, зрелость;
c) Рождение, детство, юность, зрелость, старение, возрождение;
d) Рождение, зрелость, возрождение;

18. Что важнее при работе с коллегами в команде?
а) Взаимопомощь и поддержка других участников
б) Исполнение своей работы на высоком уровне
в) Обеспечение эффективного командного взаимодействия
c) Все вышеперечисленное

19. К основным составляющим элементам внутренней среды организации не относятся:
a) Потребители, конкуренты, законы;
b) Цели, задачи;
c) Персонал, технологии;
d) Структура управления;

20. Что является эффективным проектом в дизайне?
a) Выполнение проекта в оговоренные сроки и с удовлетворением заказчика
b) Смелая и инновационная идея, которая привлекает внимание
c) Гармоничная командная работа и достижение поставленных целей
d) Все вышеперечисленное

21. Как необходимо проявлять инициативу в командной работе над дизайн проектом?
a) Активно предлагать свои идеи и решения
b) Оставлять инициативу другим и предпочитаю следовать их указаниям
c) Проявлять инициативу только тогда, когда никто другой этого не делает

22. Как правильно относится к делегированию задач другим участникам команды?
a) Доверять своим коллегам и уверенно делегирую задачи
b) Предпочитать выполнять все задачи самостоятельно
c) Испытывать неуверенность и опасения при делегировании задач

23. Что следует понимать под миссией дизайнерской организации?
a) Основные задания организации;
b) Основные функции организации;
c) Основное направление деятельности;
d) Четко выраженные причины существования

24. Как правильно устанавливать правила и нормы работы при командной работе над дизайн-проектом?
a) Совместно совещаться с коллегами и разрабатывать правила
b) Оставляю установление правил другим участникам команды
c) Подчиняюсь правилам, установленным руководителем или заказчиком

25. Как правильно реагировать на изменение сроков или объема работы в проекте?
а) Принимать изменения и пересматривать планы на достижение целей
б) Негативно относиться к изменениям и стараться сохранить первоначальный план
в) Испытывать стресс и затрудняться обнаружить новые пути решения

26. Что нужно делать, если один из участников команды при работе над проектом испытывает трудности с выполнением задачи?
a) Предлагать свою помощь и стараюсь найти оптимальное решение
b) Не проявлять особого интереса и предлагаю ему обратиться к другим участникам
c) Игнорировать трудности участника и продолжаю свою работу

27. К внутренней среде дизайнерской компании относятся:
1. Поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
2. Состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
3. Цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
4. Планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль

28. К внешней среде организации непрямого действия относятся:
a) Поставщики, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;
b) Состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, технологии, групповые интересы, международная среда;
c) Цели, кадры, задачи, структура, технология, организационная культура;
d) Планы, прогнозы, организационная структура, мотивация, контроль;

29. Как можно объяснить сущность принципа «подчиненность личного интереса общему»?
a) В организации всегда должен учитываться только личный интерес руководителей организации;
b) Интерес одного работника должен преобладать над интересами организации в целом;
c) Интерес отдельных менеджеров должен преобладать над интересами отдельных групп работников;
d) В организации интересы одного работника или группы не должен преобладать над интересами организации в целом

30.Как правильно подходить к работе с дедлайнами?
a) Относиться ответственно и стараюсь сдавать работу в срок
b) Не считать, что дедлайны очень важны, предпочитать работать без ограничений
c) Испытывать стресс и неуверенность перед ближайшими дедлайнами

31. Что предусматривает дисциплина как принцип управления?
a) Выполнение всеми работниками поставленных заданий;
b) Четкое придерживание администрацией предприятия и его персоналом заключенного коллективного договора и контракта;
c) Выполнение менеджерами поставленных заданий;
d) Выполнение работниками аппарата управления поставленных заданий

32. Как правильно относиться к критике проекта со стороны заказчика?
a) Принимать критику и стремлюсь улучшить проект в соответствии с запросами заказчика
b) Отрицать критику и испытывать уверенность, что проект выполнен идеально

c) Реагировать негативно, чувствовать и несправедливую оценку

33. Что должны отражать современные принципы управления дизайн-проектом?
a) Основные закономерности управления;
b) Основные связи, которые складываются в системе;
c) Основные отношение, которые складываются в системе;
d) Основные свойства, связи и отношения управления, которые складываются в системе

34. Подход в управлении, который требует принятия оптимального решения, которое зависит от соотношения взаимодействующих факторов - это:
a) Ситуационный подход;
b) Системный подход;
c) Процессный подход;
d) Поведенческий подход

35. Каким методам управления дизайнерскими организациями принадлежит ведущая роль в современных условиях?
a) Экономическим;
b) Социально-психологическим;
c) Организационно-распорядительным;
d) Распорядительным

36. Что создает структуру управления дизайнерской организацией?
a) Совокупность линейных органов управления;
b) Совокупность функциональных служб;
c) Совокупность линейных и функциональных служб (органов);
d) Совокупность органов управления

37. Какие навыки считаются наиболее важными при управлении проектом в дизайне?
a) Лидерство и коммуникативные навыки
b) Творчество и инновационные идеи
c) Организационные и планировочные навыки
d) Все вышеперечисленное

38. Что такое ROI (Return on Investment)?
a) Руководитель отдела инноваций
b) Возврат инвестиций
c) Разработчик интерфейса
d) Система управления заказами

39. Какая из следующих формул наиболее точно описывает ROI?
a) (Выручка от проекта - Стоимость проекта) / Стоимость проекта
b) (Выручка от проекта - Расходы на проект) / Расходы на проект
c) (Выручка от проекта - Стоимость проекта) / Выручка от проекта
d) (Выручка от проекта - Расходы на проект) / Выручка от проекта

40. Какая из следующих ситуаций демонстрирует положительный ROI?
a) Компания А запускает новую рекламную кампанию и за год увеличивает свои продажи на 20%, при этом затраты на рекламу составили 10% от общего годового бюджета.
b) Компания Б инвестирует в разработку нового продукта и за год увеличивает свою прибыль на 10%, при этом затраты на разработку составили 15% от общего годового бюджета.
c) Компания В проводит обучение своих сотрудников и замечает, что после обучения повышается их производительность на 15%, что в итоге приводит к увеличению компанией своей прибыли.
d) Компания Г внедряет новую систему управления, что помогает автоматизировать многие процессы и снижает издержки на 20%, что в свою очередь увеличивает компанию прибыль.

41. Что такое бренд?

a) Название компании или продукта
b) Логотип компании
c) Узнаваемость и имидж продукта или компании
d) Все перечисленное выше

42. Какие из следующих факторов могут повлиять на стоимость дизайн-проекта?
a) Объем работы
b) Уровень сложности
c) Сроки выполнения проекта
d) Все из вышеперечисленного

43. Как следует принимать решение о выборе поставщика для проекта?
a) Выбрать поставщика с наименьшими стоимостями
b) Анализировать репутацию и рейтинг поставщиков
c) Рассмотреть опыт поставщика
d) Все из вышеперечисленного

44. Какой фактор сильнее всего влияет на принятие решения о покупке конкретного товара или услуги с точки зрения покупателя?
a) Бренд
b) Цена
c) Дизайн
d) Качество

45. Что такое целевая аудитория в маркетинге?
a) Группа потребителей, которая может быть заинтересована в товаре или услуге
b) Не ценностное предложение, которое компания предлагает потребителю
c) Потребность, которую компания пытается удовлетворить
d) Совокупность характеристик товара или услуги, которые привлекают внимание покупателя

46. Какая стратегия ценообразования используется, когда продавец устанавливает более низкую цену, чем у конкурентов?
a) Метод конкурирующей паритетности
b) Метод дифференциации
c) Метод проникновения
d) Метод затрат

47. Что такое цикл жизни товара?
a) Время, в течение которого товар остается популярным на рынке
b) Процесс создания нового товара или услуги
c) Процесс, включающий в себя введение, рост, зрелость и спад товара на рынке
d) Сумма денег, которую компания готова потратить на продвижение товара

48. Какой из перечисленных видов рекламы является наиболее себестоимостным?
a) Телевизионная реклама
b) Радиореклама
c) Печатная реклама
d) Интернет-реклама

49. Что такое маркетинговая стратегия?
a) Последовательность маркетинговых активностей компании
b) План действий компании для достижения маркетинговых целей
c) Способ, которым компания определяет свое конкурентное преимущество
d) Система ценностей и убеждений компании

50. Что такое сегментация рынка?
a) Процесс идентификации групп потребителей с общими характеристиками и потребностями

b) Метод определения цены товара или услуги на рынке
c) Процесс создания нового товара или услуги на основе потребностей потребителей
d) Способ, которым компания устанавливает свое конкурентное преимущество

51. Какая технология позволяет автоматизировать процесс маркетинговых коммуникаций с клиентами?
a) CRM (Управление Взаимоотношениями с Клиентами)
b) CMS (Система Управления Содержимым)
c) SEO (Оптимизация Поисковой Деятельности)
d) ERP (Планирование Ресурсов Предприятия)

52. Что такое SWOT-анализ?
a) Анализ стоимости, цены, качества и возможностей товара или услуги
b) Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз компании
c) Анализ стратегических целей, задач и ресурсов компании
d) Анализ спроса, предложения и конкуренции на рынке

53. Что такое концепция маркетинговой сегментации "Географическое распределение"?
a) Разделение рынка на группы, основанные на наличии или отсутствии некоторых характеристик
b) Разделение рынка на группы по географическому положению
c) Разделение рынка на группы по уровню дохода
d) Разделение рынка на группы по возрастным и гендерным характеристикам

54. Что такое маржинальная выручка?
a) Сумма денег, которую компания зарабатывает после вычета всех издержек
b) Разница между ценой продажи и себестоимостью товара
c) Количество единиц товара, проданных компанией в определенный период времени
d) Процент от общей выручки, который компания получает от конкретного клиента

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.*

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. 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).

7.2. 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»

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. 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.

Материально-техническое обеспечение занятия:

Для качественного проведения лекционных учебных занятий необходимо наличие лекционной аудитории с интерактивной доской с подключением к сети Интернет (видеопроектор с демонстрационным экраном), аудиосредства с микрофоном; средства затемнения – ролл-шторы.

Для проведения практических занятий семинарского типа необходимо наличие проектной мастерской с возможностью выполнения работ по эскизированию, макетированию, с примерами - образцами выполнения заданий из методического фонда.

Обучающиеся самостоятельно обеспечивают себя инструментами, расходными и графическими материалами для выполнения учебных заданий в аудиторной работе.

.

8.2. 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.

8.3. 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.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

- аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;

- предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используется при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

- фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

- Пакет программ Microsoft Office;
- Пакет программ Adobe;
- Просмотр видео - Media Player Classic.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для групповой и самостоятельной работы обучающихся по дисциплине обеспечивают качественный образовательный процесс:

- Лекционная аудитория для проведения лекций и семинаров, оснащенная мебелью для обучающихся (письменные столы, рабочие стулья); рабочим местом педагога – стол, стул, персональный компьютер с WEB-камерой, средства презентации – интерактивная доска с подключением к сети Интернет (видеопроектор с демонстрационным экраном), аудиосредства с микрофоном; средства затемнения – ролл-шторы;

11. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (при наличии)

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; - акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;

- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Составитель(и):

Доцент кафедры дизайна и ДПИ,

кандидат педагогических наук

Шабанова Вероника Алексеевна

……..

Программа одобрена на заседании кафедры _____

(указать наименование кафедры)

от _____ года, протокол No _____.

АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

START-UP В ДИЗАЙНЕ
(наименование дисциплины)

54.04.01. Дизайн
(направление подготовки)

Креативный дизайн
(профиль/специализация)

1. Цель 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.

2. 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;

3. Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- **УК-3** Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.
- **УК-6** Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов.
- **ОПК-4.** Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы, интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.
- **ПК-1.** Способен осуществлять авторскую творческую деятельность в графическом дизайне, в смежных областях и видах искусства и дизайна с использованием профессиональных методов и инструментариев дизайнера.

- **ПК-3.** Способен осуществлять самостоятельные исследования и изыскания в области инновационных технологий искусства и дизайна, следить за научно-технологическим прогрессом в области графического дизайна и в смежных областях, использовать новые технологии и результаты своих исследований в практической и творческой работе.

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;

- Формы и инструменты научного и прикладного исследования;

- Нормативные требования к оформлению проектной документации;

-Основы экономической деятельности в области специализации;

-Ценообразование в области профессиональной деятельности;

-Нормативные требования к оформлению финансовых, сметных, отчетных документов;

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;
- Определять актуальную проблематику проекта;
- Проектировать с использованием междисциплинарного подхода;
- Сформулировать авторский взгляд на проектную задачу;
- Формировать бюджет проекта;
- Осуществлять мониторинг рынка технических новаций, материалов, IT-продуктов и т.п., применяемых в профессиональной деятельности по специализации;

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.
- Создавать сложные комплексные дизайн-проекты;
- Находит оригинальные решения в работе над проектом;
- Оформляет проектные решения по установленным требованиям к проектной документации
- Разрабатывает детальный бюджет проекта;
- Создает бизнес-план проекта или организации по профилю деятельности

В числе профессиональных компетенций по индикаторам степени их освоения:

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

4. Формы контроля по дисциплине:

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация студентов:

- зачет 3 семестра, экз. 4 семестра.

5. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 9 зачетных единиц.

6. Структура, краткое содержание дисциплины:
Раздел 1. Управление инновационными продуктами и обзор существующих стартап-инструментов для корпорации. Введение в предпринимательство и развитие инновационной и предпринимательской среды в компании.

Раздел 2. Дизайн-мышление и проведение Customer Development.
Раздел 3. Гибкие методологии управления проектами (Agile): Scrum и Kanban. Управление изменениями и основы трансформации корпоративных процессов.
Раздел 4. Развитие человеческого потенциала и принципы самоорганизации команд по стартап-принципам.
Раздел 5. Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап- инфраструктурой