

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДАЮ:  
Председатель УМС  
Факультета МАИС  
Кот Ю.В.**

**«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023г**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.О.07 START-UP В ДИЗАЙНЕ  
(наименование дисциплины)**

**Направление подготовки 54.04.01 Дизайн. Креативный дизайн**

**Профиль подготовки Креативный дизайн**

**Квалификация выпускника магистр  
Форма обучения очная**

(год набора 2023)

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

**Химки 2023 г.**

## 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– Б1.О.07 «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:	Б2.О.02.03(П) Маркетинговая практика Б2.О.02.04(Пд) Преддипломная практика Б3.О.01.01(Д) 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, набор 2023 г.

*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	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде творческой профессии;</li> <li>- Понимает правила стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Навыками построения продуктивных форм взаимодействия в коллективе;</li> <li>- Выстраивает эффективное взаимодействие со всеми участниками коллектива с учетом ответственности за свои действия;</li> <li>- Согласовывает с членами коллектива план последовательных шагов для достижения поставленной цели;</li> <li>- Осуществляет функции лидера в командной работе над проектом.</li> </ul>
	УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ценностные основы совместной профессиональной деятельности;</li> <li>- Основы психологии общения, методы развития личности и коллектива;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Позиционировать собственное положение и положение других людей в межличностных и деловых отношениях</li> <li>- Признавать этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом;</li> <li>- Толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при работе в команде;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Находить компромиссы в совместной работе в коллективе;</li> </ul>

	<p>УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Значимость коммуникативных связей для решения профессиональных задач в сфере графического дизайна;</li> <li>- Методы командной работы в креативной среде графического дизайна;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Доверять партнерам, делегировать им ответственность за принятие решений;</li> <li>- Осуществлять коммуникацию в межличностном общении по профессиональным вопросам;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Опытной объективной оценки персональных и общих решений в коллективе;</li> </ul>
	<p>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.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Методы и способы построения эффективной командной работы;</li> <li>- Принципы распределения ответственности в коллективе;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Выстраивать эффективную командную работу, а также персональную работу в команде;</li> <li>- Прогнозировать ситуацию в результате личных действий;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Профессиональной и межличностной этикой;</li> <li>- Навыками мотивации членов коллектива</li> </ul>
<p>УК-6Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов</p>	<p>УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Основы и структуру самостоятельной работы;</li> <li>- Инструменты и методы контроля времени в практической работе;</li> <li>- Методы конспектирования устных и письменных сообщений;</li> <li>- Понимает необходимость стратегического планирования своей жизни;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</li> <li>- Самостоятельно конспектировать, анализировать, обобщать информацию;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей.</li> </ul>

	УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Принципы и технологии, методы и средства самоорганизации и самообразования;</li> <li>- Формулирует приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей;</li> </ul>
	УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Потребности рынка труда и востребованные компетенции в профессиональной отрасли;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Самостоятельно организовывать свою деятельность, заниматься самообразованием с использованием всех возможных инструментов;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Разрабатывает поэтапный план-график последовательных шагов для достижения поставленной цели;</li> </ul>
	УК- 6.4 Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Осознаёт возможности дальнейшего продвижения и саморазвития в профессиональной сфере;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Планирует профессиональную карьеру с поэтапным продвижением в стратегическом направлении развития;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Способностью к самоорганизации и самообразованию;</li> <li>- Реализует действия по совершенствованию своих профессиональных знаний и навыков.</li> </ul>
ОПК-4. Способен проектировать, моделировать, конструировать предметы, товары, промышленные образцы и коллекции, художественные предметно-пространственные комплексы,	ОПК-4.1. Владеет методикой и технологиями проектирования объекта дизайна на практике	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Области и объекты профессиональной деятельности дизайнера в рамках своей специальности;</li> <li>- Значение методически правильной организации проектирования; этапы, стадии и виды проектирования;</li> <li>- Типологический состав дизайн-проекта в своей профессиональной сфере;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Организовать проектную работу методически правильно, с соблюдением</li> </ul>

<p>интерьеры зданий и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.</p>		<p>норм и требований к дизайн-проектированию;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Производить проектирование объекта дизайна в целом и его частей, элементов в составе проектной группы;</li> </ul>
	<p>ОПК-4.2. Применяет профессиональные инструменты дизайнера: научные, технические, инженерные; выразительные, художественные, - в проектной и производственной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Типологические профессиональные задачи дизайнера во всех аспектах проектной деятельности;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Методически правильно организовать творческий проектный процесс; соблюдать этапы и стадии проектирования;</li> <li>- Разрабатывать проектную идею, основанную на совокупности технических и художественных решений;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Проектирует объекты дизайна различного назначения, используя профессиональные средства дизайнера;</li> </ul>
	<p>ОПК-4.3. Синтезирует и гармонизирует в проектируемом объекте дизайна эстетические, технологические, эксплуатационные и экономические аспекты</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Взаимовлияние эстетических, технологических, эксплуатационных и экономических аспектов в проектировании дизайн-объекта</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Проектировать по выданному техническому заданию;</li> <li>- Учитывать совокупность технологических и экономических факторов в принятии эстетических решений;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Синтезирует и гармонизирует в проектируемом объекте дизайна эстетические, технологические, эксплуатационные и экономические решения</li> </ul>
	<p>ОПК-4.4. Осуществляет конструирование, рабочее проектирование и технологическую адаптацию проекта к производственному циклу дизайн-объекта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Требования к различным стадиям проектирования;</li> <li>- Основы конструирования в дизайне;</li> <li>- Нормы оформления рабочей документации для производства;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Оформлять проектные решения должным образом согласно стадии и целеназначению чертежей и проектных решений;</li> </ul> <p>Владеть:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Разрабатывает технологически отработанные образцы, прототипы, действующие модели объектов дизайна</li> <li>- Выпускает готовые комплекты рабочей документации для производства.</li> </ul>
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
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

#### 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
<b>Контактная работа обучающихся</b>	<b>86</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>26</b>
в том числе:				
Занятия лекционного типа		10	4	4
Занятия семинарского типа		20	26	22
Индивидуальные и другие виды занятий	-	-		
Групповые консультации	-	-		
<b>Самостоятельная работа (включая часы контроля)</b>	<b>67</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>19</b>
<b>Контроль</b>	<b>27</b>			<b>27</b>
<b>Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>			<b>зачет</b>	<b>экзамен</b>
Общая трудоемкость акад.час	180	54	54	72
	з.е.	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 ЗЛТ	Семинары/ Практические ЗСТ	Консультации	ИКР	СРС	
1	Управление инновационными продуктами и обзор существующих стартап-инструментов.	2	10	20			24	Опрос, доклад
2	итого:	2	10	20			24	
3	Дизайн-мышление	3	2	10			12	Опрос, доклад



4	Гибкие методологии управления проектами	3	2	16			12	Опрос, доклад
5	зачет	3						защита доклад-презентация
6	итого:	3	4	26			24	
7	Развитие человеческого потенциала.	4	1	11			9	Опрос, доклад
8	Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап-инфраструктурой	4	2	11			10	Опрос, доклад
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.	<p>Лекция 1. Управление инновационными продуктами</p> <p>Лекция 2. Обзор существующих стартап-инструментов</p> <p>Лекция 3. Введение в предпринимательство</p> <p>Лекция 4. Развитие инновационной и предпринимательской среды</p> <p>Лекция 5. Три типа внутренних организационных инновационных систем: жесткая инновационная структура, мягкая и смешанная.</p> <p>Семинар 1. введение во внутреннее предпринимательство</p> <p>Семинар 2. обзор существующих сатрапов: отечественных и зарубежных</p> <p>Семинар 3. Чему учиться у стартап-команд и как запускать новые решения быстро эффективно</p> <p>Семинар 4. Lean Startup и другие инструменты для работы в корпорациях</p> <p>Семинар 5. Приоритезация задач при запуске инновационных решений</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации</p> <p>Сбор материалов по темам раздела Подготовка докладов/сообщений к семинарским занятиям</p>
2.	Дизайн-мышление.	Лекция 1. Дизайн-мышление и проведение Customer Development.	Проблемная лекция с использованием видеоматериалов

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

		Самостоятельная работа	Сбор материалов по темам раздела Подготовка докладов/сообщений к семинарским занятиям
4.	Развитие человеческого потенциала.	<p>Семинар 1. Развитие человеческого потенциала и принципы самоорганизации команд по стартап-принципам</p> <p>Семинар 2. Определение, структура и необходимость команды для инновационного стартапа.</p> <p>Семинар 3. Типы команд.</p> <p>Семинар 4. Динамика команды в контексте развития компании.</p> <p>Семинар 5. Принципы формирования, удержания, мотивации и развития команды инновационного проекта.</p> <p>Семинар 6. Команда как форма работы коллективов в исторической ретроспективе.</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации</p> <p>Сбор материалов по темам раздела Подготовка докладов/сообщений к семинарским занятиям</p>
5.	Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап-инфраструктурой	<p>Лекция 1. Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап-инфраструктурой</p> <p>Семинар 1. Подходы и цикл управления изменениями и корпоративной трансформацией: подготовка и</p>	<p>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p>

	<p>презентация «неизбежности» перемен, работа с лидерами изменений и трансформации, управление сопротивлением и поэтапная модель внедрения изменений</p> <p>Семинар 2. Уровни корпоративных трансформационных процессов: макро-подход к корпоративной трансформации, инструментальный и инкрементальный уровни трансформации. Digital-трансформация в работающей компании.</p> <p>Семинар 3. Различия между организацией командной работы и работы подразделений в стартап-индустрии и корпоративной среде.</p> <p>Семинар 4. Способы развития гибкости во взаимодействии внутри корпорации и развитие кросс-функциональной коммуникации. Формирование и поддержание самоорганизующихся команд в работе над инновационными проектами.</p> <p>Семинар 5. Подходы к акселерации инновационных идей внутри корпорации и вне нее, этапы организации корпоративных акселерационных программ и принципы взаимодействия со развиваемыми продуктами.</p> <p>Семинар 6. Принципы и способы взаимодействия со стартап-индустрией, технологическими фондами и проектами, методология поиска и оценки стартапов на ранней стадии.</p>	<p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p>
--	---	---

		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Сбор материалов по темам раздела Подготовка докладов/сообщений к семинарским занятиям</i>
--	--	-------------------------------	--

## 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 завершеному разделу дисциплины (темы 1-4) или оценки доклада-презентации по выбранной студентом теме. Таким образом, рубежная аттестация проводится 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, ОПК-4, ПК-3.	УК-6, ПК-1,	зачтено /не зачтено
------------------------------------	--------------------	-------------	---------------------

## 6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>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.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>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.</p> <p>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.</p>

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	<p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### **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?

- a) Взаимопомощь и поддержка других участников
- b) Исполнение своей работы на высоком уровне
- v) 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 предпочитать 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?

- a) Принимать изменения и пересматривать планы на достижение целей
- b) Негативно относиться к изменениям и стараться сохранить первоначальный план
- v) 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 отношения, 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)  $(\text{Выручка от проекта} - \text{Стоимость проекта}) / \text{Стоимость проекта}$
- b)  $(\text{Выручка от проекта} - \text{Расходы на проект}) / \text{Расходы на проект}$
- c)  $(\text{Выручка от проекта} - \text{Стоимость проекта}) / \text{Выручка от проекта}$
- d)  $(\text{Выручка от проекта} - \text{Расходы на проект}) / \text{Выручка от проекта}$

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 управления 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:

1. ЭБС ЛАНЬ. Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
2. ЭБС ЮРАЙТ. Режим доступа [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
- ООО НЭБ. Режим доступа [www.eLIBRARY.ru](http://www.eLIBRARY.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

## **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 стартапов: 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 проектом
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. Окольнішнікова // 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 методик 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. Окольнішнікова // 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. Окольнішнікова // 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. *Канбан. В нем упор сделан на визуализации задач на досках и оптимизации рабочего процесса. Канбан-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. Окольников // 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. Окольнішнікова // 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 М&А : 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. Окольнішнікова // 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. Окольнішнікова // 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. Окольнішнікова // 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. Окольнішнікова // 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. Окольников // 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. Окольников // 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. Окольнішнікова // 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. *Омолождение 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. Окольнішнікова // 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: Ребрендинг.
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. Окольников // 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. Окольнішнікова // 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. Окольнішнікова // 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. Окольнішнікова // 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 РО с развитием *Agile* культуры: следит за следованием *Scrum*, фасилирует 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 Здоровый 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. Окольников // 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. Окольников // 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 стадии.*)

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. Окольников // 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 используются 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, регулируемые 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

## Б1.О.07 START-UP В ДИЗАЙНЕ

(наименование дисциплины)

### 54.04.01. ДИЗАЙН

(направление подготовки)

### 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;

**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 целе назначению чертежей и проектных решений;

### **Владеть:**

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

- Разрабатывать технологически отработанные образцы, прототипы, действующие модели объектов дизайна
- Умением выпускать готовые комплекты рабочей документации для производства.

В числе профессиональных компетенций по индикаторам степени их освоения:

**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