

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

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

«\_\_» \_\_\_\_\_ г

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

**Направление подготовки 54.04.01. ДИЗАЙН**

**Профиль подготовки ЦИФРОВОЙ ДИЗАЙН**

**Квалификация выпускника магистр  
Форма обучения очная**

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

**Химки**

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели:

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

### Задачи:

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

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

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

Дисциплина «*Start-up* в дизайне» изучается в 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 « <i>Start-up</i> 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 Цифровой Дизайн.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.**

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели	<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>
	УК-3.3.	Знать:

	<p>Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели;</p>	<p>- Значимость коммуникативных связей для решения профессиональных задач в сфере графического дизайна;          - Методы командной работы в креативной среде графического дизайна;          Уметь:          - Доверять партнерам, делегировать им ответственность за принятие решений;          - Осуществлять коммуникацию в межличностном общении по профессиональным вопросам;          Владеть:          - Опытном объективной оценки персональных и общих решений в коллективе;</p>
	<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:          - Методы и способы построения эффективной командной работы;          - Принципы распределения ответственности в коллективе;          Уметь:          - Выстраивать эффективную командную работу, а также персональную работу в команде;          - Прогнозировать ситуацию в результате личных действий;          Владеть:          - Профессиональной и межличностной этикой;          - Навыками мотивации членов коллектива</p>
<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:          - Основы и структуру самостоятельной работы;          - Инструменты и методы контроля времени в практической работе;          - Методы конспектирования устных и письменных сообщений;          - Понимает необходимость стратегического планирования своей жизни;          Уметь:          - Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;          - Самостоятельно конспектировать, анализировать, обобщать информацию;          Владеть:          - Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей.</p>
	<p>УК-6.2. Определяет</p>	<p>Знать:</p>

	приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста	<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, интерьеры зданий	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 норм и требований к дизайн-</li> </ul>

и сооружений архитектурно-пространственной среды, объекты ландшафтного дизайна, используя линейно-конструктивное построение, цветовое решение композиции, современную шрифтовую культуру и способы проектной графики.		проектированию; Владеть: - Производить проектирование объекта дизайна в целом и его частей, элементов в составе проектной группы;
	ОПК-4.2. Применяет профессиональные инструменты дизайнера: научные, технические, инженерные; выразительные, художественные, - в проектной и производственной деятельности	Знать: - Типологические профессиональные задачи дизайнера во всех аспектах проектной деятельности; Уметь: - Методически правильно организовать творческий проектный процесс; соблюдать этапы и стадии проектирования; - Разрабатывать проектную идею, основанную на совокупности технических и художественных решений; Владеть: - Проектирует объекты дизайна различного назначения, используя профессиональные средства дизайнера;
	ОПК-4.3. Синтезирует и гармонизирует в проектируемом объекте дизайна эстетические, технологические, эксплуатационные и экономические аспекты	Знать: - Взаимовлияние эстетических, технологических, эксплуатационных и экономических аспектов в проектировании дизайн-объекта Уметь: - Проектировать по выданному техническому заданию; - Учитывать совокупность технологических и экономических факторов в принятии эстетических решений; Владеть: - Синтезирует и гармонизирует в проектируемом объекте дизайна эстетические, технологические, эксплуатационные и экономические решения
	ОПК-4.4. Осуществляет конструирование, рабочее проектирование и технологическую адаптацию проекта к производственному циклу дизайн-объекта	Знать: - Требования к различным стадиям проектирования; - Основы конструирования в дизайне; - Нормы оформления рабочей документации для производства; Уметь: - Оформлять проектные решения должным образом согласно стадии и целеназначению чертежей и проектных решений; Владеть: - Разрабатывает технологически

		отработанные образцы, прототипы, действующие модели объектов дизайна - Выпускает готовые комплекты рабочей документации для производства.
ПК-1. Способен осуществлять авторскую творческую деятельность в графическом дизайне, в смежных областях и видах искусства и дизайна с использованием профессиональных методов и инструментариюв 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 инструментариюм 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 3 з.е., 108 акад. часов, из них контактных - 56 акад.ч., СРС - 34 акад.ч., формы контроля – зачет с оценкой 3 семестра, экз. 4 семестра.

Виды учебной деятельности		Всего	Семестры	
			3	4
<b>Контактная работа обучающихся</b>		<b>56</b>	<b>30</b>	<b>26</b>
в том числе:				
Занятия лекционного типа		8	4	4
Занятия семинарского типа		48	26	22
Индивидуальные и другие виды занятий		-		
Групповые консультации		-		
<b>Самостоятельная работа (включая часы контроля)</b>		<b>34</b>	<b>24</b>	<b>10</b>
<b>Контроль</b>		<b>18</b>		<b>18</b>
<b>Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>			<b>Зачет с оценкой</b>	<b>экзамен</b>
Общая трудоемкость	акад.час	108	54	54
	з.е.	3	1,5	1,5

#### 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	Консультации	Контроль	СРС	
1	Управление инновационными продуктами и обзор существующих стартап-инструментов.	3	2	12			12	Опрос, доклад
3	Дизайн-мышление	3	2	14			12	Опрос, доклад
4	Зачет с оценкой	3						защита доклад-презентация



5	Гибкие методологии управления проектами	4	2	7			10	Опрос, доклад
6	Развитие человеческого потенциала.	4		7			10	Опрос, доклад
7	Создание корпоративных акселераторов, венчурного фонда и взаимодействие с внешней стартап-инфраструктурой	4	2	8			14	Опрос, доклад
8	Экзамен	4						защита доклад-презентация
9	итого:	4	8	48		18	34	

#### 4.3. Содержание разделов дисциплины

№	Наименование раздела (подраздела, 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	Лекция 1.	Проблемная лекция с

	<p>инновационными продуктами и обзор существующих стартап-инструментов.</p>	<p>Управление инновационными продуктами Обзор существующих стартап-инструментов Введение в предпринимательство</p> <p>Лекция 2. Развитие инновационной и предпринимательской среды. 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 стартапов: 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>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.	<p>Лекция 1. Дизайн-мышление и проведение Customer Development.</p> <p>Семинар 1. Формирование идеи стартапа как инновационного проекта.</p> <p>Семинар 2. Выбор проектного менеджера (человека или организации)</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>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>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>Самостоятельная работа</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>
4.	Развитие человеческого потенциала.	<p>Семинар 1. Развитие человеческого потенциала и принципы</p>	<p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p>

		<p>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>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 презентация «неизбежности» перемен, работа с лидерами изменений и трансформации, управление сопротивлением и поэтапная модель внедрения изменений</p>	<p>Проблемная лекция с использованием видеоматериалов</p> <p>Опрос, развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации.</p> <p>Опрос, развернутая</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>Самостоятельная работа</p>	<p>беседа с обсуждением доклада/презентации. 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>
--	--	--

## 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 2 «Start-up в дизайне». Рубежная аттестация проводится в виде семинара: развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации заданий по завершённому разделу дисциплины (темы 1-4) или оценки доклада-презентации по выбранной студентом теме. Таким образом, рубежная аттестация проводится на 8 и 16-17 неделях 3 и 4 семестра.

Промежуточная аттестация – зачет с оценкой – проводится в рамках экзаменационной сессии по итогам зачет с оценкой 3 семестр, экз. 4 семестр обучения в форме Опроса, развернутая беседа с обсуждением докладов и презентаций, выполненных студентами за семестр.

### 6.1. Система оценивания

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

Например,

Форма контроля	Компетенция/индикатор компетенции	Оценка
Текущий контроль:		
- опрос	УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3.	зачтено/не зачтено
- участие в дискуссии на семинаре	УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3.	зачтено/не зачтено
Промежуточная аттестация (зачет)	УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3.	зачтено /не зачтено
Промежуточная аттестация (экзамен)	УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3.	зачтено /не зачтено

### 6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<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> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется 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</p>

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	<p>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 задания для семинарских занятий**

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

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **7.1. Список литературы и источников**

#### **Основная:**

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

#### **Дополнительная:**



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

## **7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

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

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. *HAIDI-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. 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 методологии 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. *Kanban. 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 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. 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 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 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. 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 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. Окольников // 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. Составляющие 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. 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 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. 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 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 *PO* с развитием *Agile* культуры: следит за следованием *Scrum*, фасилитирует активности, помогает устранить конфликты и препятствия;
4. Команда Разработки — специалисты в области *Back-end*, *Front-end*, *Mobile dev*, *UX/UI*, *QA*, *BA* и другие.
5. Преимущества кросс-функционального подхода
6. Быстрая проверка гипотез; Частая поставка продукта; Открытость; Равенство участников
7. *Roadmap* продукта; *Backlog* команды; Минимум внешних зависимостей достигается за счет кросс-функционального состава команды.
8. Сбалансированный состав команды соблюдение баланса является вполне логичным требованием.;
9. Общий уровень *Agile* культуры и осведомленности о практиках критичен для успеха команды и Здравый смысл

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок 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 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):

*Ученая степень, звание, должность, Фамилия И.О.*

канд. пед. наук, доцент кафедры дизайна и ДПИ Шабанова В.А.....

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)

### ЦИФРОВОЙ 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 с оценкой 3 семестра, экз. 4 семестра.

**5. Общая трудоемкость** освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

#### **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