

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

« 04 » июля 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.02	Бизнес-технологии в дизайне
(Индекс дисциплины)	(Наименование дисциплины)
Кафедра: 16	Дизайна рекламы
Код	Наименование кафедры
Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн	
Профиль подготовки: Графический дизайн в арт-пространстве	
Уровень образования: Бакалавриат	

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	108	108	
	Аудиторные занятия	34	34	
	Лекции			
	Лабораторные занятия			
	Практические занятия	34	34	
	Самостоятельная работа	38	38	
	Промежуточная аттестация	36	36	
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	5	8	
	Зачет			
	Контрольная работа			
	Курсовой проект (работа)			
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		3	3	

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная					3							
Очно-заочная								3				
Заочная												

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению подготовки (специальности)

и на основании учебного плана № 1/1/654

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области бизнес-технологий для применения в практической деятельности современного дизайнера-графика.

1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть основы экономики в предпринимательской деятельности в сфере дизайна
- Раскрыть принципы правового сопровождения бизнес-структуры, основной деятельностью которой является дизайн-проектирование, визуальное или мультимедиа-сопровождение коммерческого проекта
- Показать особенности бизнес - моделирования на примере составления бизнес-плана.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-2	Способность обосновывать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ВТОРОЙ
Планируемые результаты обучения Знать: 1) особенности бизнес-моделирования для организаций, занимающихся разработкой дизайн-проектов Уметь: 1) ориентироваться в ведении деловой и отчетной документации, в действующем законодательстве и нормативно-правовой базе Владеть: 1) навыками создания бизнес-моделей в области экономики, юриспруденции, маркетинга графического дизайна		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Проектирование (ПК-2)
- Шрифты и типографика (ПК-2)
- Основы режиссуры (ПК-2)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Планирование маркетинга и рекламы.			
Тема 1. Понятие бизнес-технологий в дизайне. План маркетинга. Влияние плана маркетинга на рекламу. Элементы плана маркетинга.	8	8	
Тема 2. План рекламы. Анализ плана маркетинга. Постановка целей рекламы. Рекламная стратегия и творческий комплекс.	8	8	
Тема 3. Создания бизнес плана. Выделение средств для рекламы. Вложения в будущее. Способы выделения средств.	8	8	
Текущий контроль 1 – реферат	2	2	

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 2. Планирование и выбор средств массовой информации. Сравнительный анализ Российских и зарубежных бизнес-технологий.			
Тема 4. Документационное обеспечение и грамотное ведение документации. Общий обзор. Роль СМИ в маркетинге. Определение целей использования СМИ.	8	8	
Тема 5. Разработка рекламной стратегии. Географический охват. Характер средств массовой информации и рекламное общение. Технический аспект в подаче рекламы.	8	8	
Тема 6. Разбор бизнес-технологий, используемых в Советские времена. Стратегия, средства влияния на потребителя. Преимущества и ошибки бизнес-технологий Советского времени.	8	8	
Тема 7. Разбор бизнес-технологий, используемых за рубежом. Стратегия, средства влияния на потребителя. Преимущества и ошибки бизнес-технологий западного общества.	8	8	
Тема 8. Современные бизнес-технологии. Стратегия, средства влияния на потребителя. Преимущества и ошибки современных бизнес-технологий.	12	12	
Текущий контроль 2 – реферат	2	2	
Промежуточная аттестация по дисциплине – экзамен	36	36	
ВСЕГО:	108	108	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

не предусмотрено

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Практические и семинарские занятия	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Выполнить анализ понятия бизнес-технологий в дизайне. <i>семинар</i>	5	4	8	4		
2	Выполнить анализ составления плана рекламы. <i>семинар</i>	5	4	8	4		
3	Разработать бизнес план <i>практическая работа</i>	5	4	8	4		
4	Выполнить анализ обзора СМИ в маркетинге <i>семинар</i>	5	4	8	4		
5	Разработать рекламную стратегию на основе характера средств массовой информации <i>практическая работа</i>	5	4	8	4		
6	Выполнить анализ преимуществ и ошибок бизнес-технологий Советского времени. <i>семинар</i>	5	4	8	4		
7	Выполнить анализ бизнес-технологий, используемых за рубежом. <i>семинар</i>	5	4	8	4		
8	Разработать схему стратегию средства влияния на потребителя	5	6	8	6		

Номера изучаемых тем	Практические и семинарские занятия	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	<i>практическая работа</i>						
ВСЕГО:			34		34		

3.3. Лабораторные занятия
не предусмотрено

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1, 2	<i>реферат</i>	5	2	8	2		

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
<i>Подготовка к практическим, семинарским занятиям</i>	5	38	8	38		
<i>Подготовка к экзамену</i>	5	36	8	36		
ВСЕГО:		74		74		

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции	не предусмотрено			
Практические и семинарские занятия	поиск вариантов решения проблемных ситуаций (case-study),	15	15	
Лабораторные занятия	не предусмотрено			
ВСЕГО:		15	15	

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	<i>Аудиторная активность:</i>	<i>20</i>	<i>5 баллов за работу на практических занятиях</i>

	посещение практических занятий		(17 занятий в семестре по 2 часа), Максимум 85 баллов 15 баллов подготовку к практическим занятиям – сбор материала по изучаемым темам Максимум 15 баллов Максимум 100 баллов
2	Прохождение текущего контроля	40	50 баллов за каждый текущий контроль (2 реферата семестр). Максимум 100 баллов
3	Сдача экзамена	40	Ответ на теоретический вопрос (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 50 баллов. Выполнение 2-х практических заданий – 50 баллов. Максимум 100 баллов.
Итого (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60		
40 – 50	3 (удовлетворительно)	Не зачтено
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	
1 – 16		
0		

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Головки С.Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама»/ Головки С.Б.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 423 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40453>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52633>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Сурова Н.Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент»/ Сурова Н.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 415 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34501>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
4. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама»/ Овчинникова Р.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 239 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html>.— ЭБС «IPRbooks»

б) дополнительная учебная литература

1. Брайен Форд Руководство Ernst & Young по составлению бизнес-планов [Электронный ресурс]/ Брайен Форд, Джей Борнстайн, Патрик Прюзт— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 258 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41367>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Зинюк О.В. Современный дизайн. Методы исследования [Электронный ресурс]: монография/ Зинюк О.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2011.— 128 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8444>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52633>.— ЭБС «IPRbooks»

4. Марк Тангейт Всемирная история рекламы [Электронный ресурс]/ Марк Тангейт— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2015.— 286 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34780>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1.Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю.

2.Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. – СПб.: СПГУТД, 2014. – 26 с. – Режим доступ http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550, по паролю.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Интернет-портал «Российской газеты» [Электронный ресурс]: <https://rg.ru/>

2. Русский музей [Электронный ресурс]: <http://rusmuseum.ru/>

3. Сетевое издание «РИА Новости» [Электронный ресурс]: <https://ria.ru/>

4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]: <http://www.iprbookshop.ru>

5. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]: <http://publish.sutd.ru>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Офисный пакет Microsoft Office
2. OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc
3. Adobe Creative Cloud for Teams

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Стандартно оборудованная аудитория;
2. Видеопроектор с экраном;
3. Компьютер.

8.6. Иные сведения и (или) материалы

не предусмотрено

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	не предусмотрено
Практические занятия	<p>На практических занятиях (семинарах) разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по соответствующей тематике; навыками работы в малых группах; развивают организаторские способности по подготовке коллективных проектов.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • работа с информационными источниками, с иллюстративным материалом; • подготовка ответов к контрольным вопросам, • просмотр рекомендуемой литературы • поиск композиционных решений • подбор и анализ аналогов, выявление приемов, используемых для создания работы

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
	<ul style="list-style-type: none"> • выполнение практических заданий
Лабораторные занятия	не предусмотрено
Самостоятельная работа	<p>Данный вид работы предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации;</p> <p>Самостоятельная работа выполняется индивидуально, а также может проводиться под руководством (при участии) преподавателя.</p> <p>Следует предварительно изучить методические указания по выполнению самостоятельной работы, сбор материалов по изучаемой теме, отработка графических упражнений</p> <p>При подготовке к зачету, зачету с оценкой необходимо ознакомиться с демонстрационным вариантом задания (теста, перечнем вопросов, пр.), проработать рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя, подготовить презентацию материалов.</p>

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-2/ ВТОРОЙ ЭТАП	<p>Дает определение по теории экономики в предпринимательской деятельности в сфере графического дизайна</p> <p>самостоятельно создает бизнес-проекты в сфере малого и среднего предпринимательства в области графического дизайна</p> <p>Разрабатывает бизнес-стратегии для практической работы в различных организациях, занимающихся дизайн-проектированием. Применяет на практике нормативно-правовую базу и действующее законодательство при проектировании дизайн-объектов</p>	<p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Практическое задание</p> <p>Практическое задание</p>	<p><i>Перечень вопросов для устного собеседования (16 вопросов)</i></p> <p><i>Один тип заданий</i></p> <p><i>Один тип заданий</i></p>

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Устное собеседование

86 - 100	5 (отлично)	<i>Критическое и разностороннее рассмотрение предложенного для переустройства проекта, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источником. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям, развернутый полный ответ на вопрос</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	<i>Задание выполнено в необходимой полноте и с требуемым качеством. Существуют незначительные ошибки. полный ответ на вопрос</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		<i>Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы, ответ на вопрос</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	<i>Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. не полный ответ на вопрос</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
40 – 50		<i>Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Ответ на вопрос с неточностями.</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	<i>Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы, ответ не точный, с ошибками.</i> Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		<i>Содержание работы полностью не соответствует заданию, в ответе много неточностей.</i> Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		<i>Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы, на вопрос нет ответа.</i> Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

* **Существенные ошибки** – недостаточная глубина и осознанность ответа (например, студент не смог применить теоретические знания для объяснения явлений, для установления причинно-следственных связей, сравнения и классификации явлений и т.д.).

* **Несущественные ошибки** – неполнота ответа (например, упущение из вида какого-либо нехарактерного факта, дополнения при описании процесса, явления, закономерностей и т.д.); к ним могут быть отнесены оговорки, допущенные при невнимательности студента.

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопросов	№ темы
1	План маркетинга. Элементы плана маркетинга.	1
2	Влияние плана маркетинга на рекламу.	1
3	Анализ плана маркетинга.	2
4	Постановка целей рекламы.	2
5	Рекламная стратегия и творческий комплекс.	2
6	Выделение средств для рекламы.	3
7	Способы выделения средств.	3
8	Общий обзор бизнес-технологий	4
9	Роль СМИ в маркетинге.	4
10	Определение целей использования СМИ.	4
11	Характер средств массовой информации и рекламное общение.	5
12	Технический аспект в подаче рекламы.	5
13	Стратегия, средства влияния на потребителя.	6
14	Преимущества и ошибки бизнес-технологий Советского времени.	6
15	Преимущества и ошибки бизнес-технологий западного общества.	7
16	Преимущества и ошибки современных бизнес-технологий.	8

Вариант тестовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций не предусмотрено

10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций не предусмотрено

Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
1	<p>Задание Разработать схему бизнес –плана бизнес-проекта в сфере малого и в области графического дизайна</p>	<p>Пример выполнения задания</p>
2	<p>Задание Разработать схему бизнес-стратегии для практической работы в организациях, занимающихся дизайн-проектированием.</p>	<p>Пример выполнения задания</p> <p>1. Корпоративная стратегия ♦ Объект – диверсифицированная корпорация. Направленность на объединение в единое целое стратегий нескольких бизнес-единиц</p> <p>2. Бизнес-стратегия ♦ Объект – стратегия бизнес-единицы или бизнес-направления. Направленность на приобретение устойчивых конкурентных преимуществ бизнес-единицы направлений</p> <p>3. Функциональная стратегия ♦ Объект – функциональные аспекты деятельности. Направленность на совершенствование маркетинговой, производственной, операционной, финансовой и др. стратегий. Низший уровень стратегий.</p>

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

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета и / или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная

письменная

компьютерное тестирование

иная*

**В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение*

10.3.3. Особенности проведения экзамена

экзамен проводится в форме выполнения практических заданий. Студенту задаются теоретические вопросы по пройденным учебным модулям, вопросы по выполненным практическим заданиям, в соответствии с показателями оценивания компетенций