

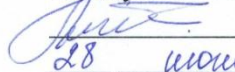
Учреждение образования
«Белорусский государственный педагогический университет
имени Максима Танка»

Факультет эстетического образования
Кафедра художественно-педагогического образования

(рег. № ММ 80-03-42-2023)

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

 Г.В. Лойко
28 июня 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета

 С.М. Кобачевская
28 июня 2023 г.



ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТ»

для специальности

7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование

Составитель: кандидат педагогических наук, доцент кафедры
художественно-педагогического образования Евсева Ольга Петровна

Рассмотрен и утвержден

на заседании Совета БГПУ 29 июня 2023 г.

протокол № 10

2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	5
Тема I Основные понятия дизайн-маркетинга»	5
Тема II Дизайн и инновации	5
Тема III Дизайн продукт	5
Тема IV Дизайн-мышление как процесс дизайн-менеджмента	6
Тема V Процесс разработки продукта	6
Тема VI Позиционирование нового продукта	6
Тема VII Управление дизайном и дизайнерами	7
Тема VIII Система менеджмента качества образования в учреждениях культуры и искусства	7
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	8
Практическое занятие 1. Основные понятия дизайн-маркетинга	8
Практическое занятие 2. Дизайн и инновации	8
Практическое занятие 3. Дизайн продукт. Творческое задание: разработать дизайн продукта	9
Практическое занятие 4. Творческое задание: стратегию продвижения продукта	10
Практическое занятие 5. Процесс разработки продукта	11
Практическое занятие 6. Процесс разработки продукта	12
Практическое занятие 7. Позиционирование нового продукта	13
Практическое занятие 8. Позиционирование нового продукта	13
Практическое занятие 9. Позиционирование нового продукта	13
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	15
3.1. Критерии оценок результатов учебной деятельности	15
3.3. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов	16
3.4. Перечень рекомендуемых средств диагностики	17
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ	18
4.1 Учебный план специальности	18
4.2 Программная документация	19
4.3 Список рекомендуемой литературы	39

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

На современном этапе в системе образования особую роль приобретает дизайн-мышление, которое становится одним из важнейших направлений образовательной деятельности, а наличие проектировочных умений - одним из видов профессиональных умений, которые характеризует педагога как компетентного специалиста, способного разрабатывать дизайн образовательного продукта. Накопление студентами знаний, умений практического опыта в сфере дизайн-маркетинга дает возможность сформировать навыки дизайн-мышления и осуществить междисциплинарный подход. Изучение дисциплины «Дизайн-маркетинг» направлено дать обучающимся теоретические знания и сформировать практические навыки, подсказать пути решения задач при разработке и продвижении различных дизайн-проектов в контексте творческой индустрии художественно-эстетического образования. Концепция учебной программы основывается на современных представлениях о менеджменте и маркетинге в контексте работы в творческих индустриях и проектах.

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) учебной дисциплины (по выбору студента) «Дизайн-менеджмент» предназначен для обучающихся магистратуры по специальности 7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование. Профилизация: Изобразительное искусство. ЭУМК по учебной дисциплине «Дизайн-менеджмент» является одной из основных учебных дисциплин, необходимых для успешной профессиональной подготовки педагога-художника. Изучение учебной дисциплины «Дизайн-менеджмент» должно обеспечить формирование у магистрантов соответствующей компетенции: обеспечивать коммуникации, проявлять лидерские навыки, быть способным к командообразованию и разработке стратегических целей и задач.

Электронный учебно-методический комплекс учебной дисциплины «Дизайн-менеджмент» предназначен для организации учебного процесса углубленного высшего образования (магистратуры) для специальности 7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование. Профилизация: Изобразительное искусство.

Целью электронного учебно-методического комплекса (ЭУМК) является информационно-методическое обеспечение учебного процесса по данной учебной дисциплине.

К основным *функциям ЭУМК* относятся:

- раскрытие требований к содержанию дисциплины «Дизайн-менеджмент» в рамках образовательной и профессиональной подготовки студента как будущего педагога;
- управление учебной деятельностью студентов по дисциплине;
- объединение учебно-методических материалов, обеспечивающих преемственность междисциплинарных связей в процессе освоения учебной дисциплины.

Содержание учебной дисциплины определено [учебной программой](#), которая предусматривает последовательное изучение тем «Основные

понятия дизайн-маркетинга», «Дизайн и инновации», «Дизайн продукт», «Процесс разработки продукта», «Позиционирование нового продукта».

Электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Дизайн-менеджмент» имеет следующую структуру:

- пояснительная записка;
- теоретический и практический разделы (структура и краткая аннотация лекционных занятий); методические материалы и рекомендации по проведению практических занятий; методические указания по выполнению дизайн-проектов, приведены варианты творческих решений, тексты дополнены иллюстрациями, чертежами, таблицами, определениями понятий, основными обозначениями, упражнениями, вопросами для самоконтроля.
- раздел контроля знаний, включает критерии оценивания знаний магистрантов по изучаемой дисциплине, методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы;
- вспомогательный раздел, содержит список основной и дополнительной литературы; учебно-программную документацию по дисциплине.

Структура данного комплекса обусловлена основной целью дисциплины – приобретение у магистрантов системы знаний, умений и навыков в области дизайн-менеджмента, организации и осуществления профессиональной педагогической деятельности на основе бизнес-моделей в условиях рынка образовательных услуг.

Основными формами работы являются: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, которая включает работу с литературными источниками, выполнение разработки идей дизайн-проектов.

Таким образом, электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Дизайн-менеджмент» предоставит магистранту возможность ознакомиться с теоретическим содержанием дисциплины, вооружит способами практического применения полученных знаний, последовательности создания дизайн-проектов любой сложности и может быть использован как на аудиторных занятиях, так и в самостоятельной работе.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Тема I. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ДИЗАЙН-МАРКЕТИНГА

План лекции:

1. Основные виды маркетинга.
2. Концепции управления дизайн-маркетинговой деятельностью
3. Маркетинг, ориентированный на дизайн продукт (товар, услугу).
4. Принципы и методы дизайн-маркетинга.

Ссылки на лекционный материал

- [Что дизайнеру нужно понимать в маркетинге](#) - статья на сайте Skillbox Media, которая объясняет значения девяти слов, которые употребляют ваши коллеги и заказчики.
- [Основы маркетинга](#) - книга Sally Dibb и Lyndon Simkin, которая содержит информацию о том, что такое маркетинг и как он работает.
- [Филип Котлер: Основы маркетинга](#) - книга Филипа Котлера, которая описывает основные понятия маркетинга и его принципы.

Тема II. ДИЗАЙН И ИННОВАЦИИ

План лекции:

1. Современные принципы инноваций. Инновации на основе дизайна.
2. Графический дизайн как процесс.
3. Инновационные дизайн-инструменты.

Ссылки на лекционный материал

- [Дизайн как источник инновации](#) - статья на сайте DesignAdvice.Ru, которая описывает влияние инновационных процессов на дизайн.
- [Десять самых важных технологий и открытий 2021 года](#) - статья на сайте РБК Тренды, которая содержит информацию о самых важных технологиях и открытиях 2021 года.
- [Дизайн-мышление — источник «практичных» инноваций](#) - статья на сайте Коммерсантъ, которая описывает метод дизайн-мышления, помогающий внедрять инновации быстро и с максимальной эффективностью.

Тема III. ДИЗАЙН ПРОДУКТ

План лекции:

1. Понятие дизайн продукт. Новый продукт и инновации.
2. Оценка инновационности продукта.
3. Решения по управлению ассортиментом.
4. Виды продуктовой стратегии.
Жизненный цикл продукта.

Ссылки на лекционный материал

- [Процесс разработки продукта: 6 этапов \(с примерами\)](#) - статья на сайте Asana, которая описывает процесс разработки продукта и его шесть этапов.
- [Что такое продуктовый дизайн?](#) - статья на сайте UPROCK, которая описывает процесс создания продукта и его основные элементы.
- [Наглядное пособие по разработке продуктов: дизайн](#) - статья на сайте Хабр, которая описывает процесс разработки продукта и его этап дизайна.

Тема IV. ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ КАК ПРОЦЕСС ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТА

План лекции:

1. Понятие дизайн-мышления.
2. Дизайн-процесс 5 шагов.

Ссылки на лекционный материал

[Дизайн-мышление: что это такое и как применять в бизнесе](#) - статья на сайте ЦОССА, которая описывает дизайн-мышление как методологию решения бизнес-задач.

Тема V. ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТА

План лекции:

1. Алгоритм разработки нового продукта.
2. Командная работа в дизайн-мышлении.
3. Инструменты повышения качества работы группы разработчиков продукта.

Ссылки на лекционный материал

[Процесс разработки продукта: 6 этапов \(с примерами\)](#) - статья на сайте Asana, которая описывает шесть этапов процесса разработки продукта.

[Разработка нового продукта — Википедия](#) - статья на Википедии, которая описывает процесс разработки нового продукта и его типы.

[Разработка нового продукта: что такое NPD, его виды - основные этапы ...](#) - статья на сайте Яндекс.Практикум, которая описывает цели, методы и основные этапы процесса разработки нового продукта.

Тема VI. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НОВОГО ПРОДУКТА

План лекции:

1. Методы и инструменты позиционирования нового продукта.
2. Инструменты и средства продвижения нового продукта.

Ссылки на лекционный материал

[Как определить позиционирование, чтобы продукт хотели купить: на примере Revolut](#)

[Позиционирование продукта](#)

Тема VII. УПРАВЛЕНИЕ ДИЗАЙНОМ И ДИЗАЙНЕРАМИ

План лекции:

1. Технологии, методы и средства управления на операционном, тактическом и стратегическом уровнях.
2. Делегирование. Аутсорсинг дизайна vs развитие дизайн инициатив внутри компании.
3. Культура обратной связи.
4. Мировые примеры управления дизайном и дизайнерами.

Ссылки на лекционный материал

[Design management - WikiBrief](#) - область исследования, в которой используются управление проектами, дизайн, стратегия и цепочка поставок методы для управления творческим процессом

Тема VIII. СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ В УЧРЕЖДЕНИЯХ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

План лекции:

1. Особенности управления дизайн-проектами.
2. Процесс сервис-дизайна.
3. Методы и технологии, применяемые в сервис-дизайне.
4. Примеры использования сервис-дизайна

Ссылки на лекционный материал

[«Полное руководство по управлению проектами» от The Workstream](#).

[«Управление дизайн-проектами: к постановке проблемы» от Салмина](#)

[О.Е.](#)

[«Методологии управления проектами: 12 популярных подходов» от Asana](#)

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Практическое задание 1. Основные понятия дизайн-маркетинга

Структура практического задания:

1. Маркетинг, ориентированный на дизайн продукт (товар, услугу).
2. Дизайн-маркетинг, ориентированный на потребителя услуг дизайна. Интегрированный маркетинг.
3. Маркетинг открытых систем.
4. Принципы и методы дизайн-маркетинга.
5. Требования, предъявляемые дизайн-маркетингом.
6. Десять шагов в маркетинг, маркетинг как система.
7. Компоненты дизайн-маркетинга: потребители, товар (услуга), рынок, продвижение товара, конкуренты, цена и ценообразование, сервис, формирование спроса и стимулирование сбыта, маркетинговая информация, управление маркетингом.

Один из источников, который может быть полезен для изучения маркетинга, ориентированного на дизайн продукта (товара, услуги), это спецпроект Skillbox Media под названием “Маркетинг + дизайн”. В этом спецпроекте собраны материалы о главных идеях и инструментах маркетингового дизайна, а также яркие примеры и доступные объяснения, которые помогут понять, как делать продающий дизайн и зарабатывать.

Еще одним источником может быть статья на сайте Sales Generator под названием “Маркетинг продукта: понятие, элементы стратегии, этапы разработки”. В этой статье рассказывается о том, как вести маркетинг, ориентированный на продукт, и стремиться донести его ценность до потребителя.

Один из источников, который может быть полезен для изучения дизайн-маркетинга, ориентированного на потребителя услуг дизайна, это статья на сайте Futureinapps под названием “UX-дизайн. Как создать дизайн, ориентированный на человека?”. В этой статье рассказывается о том, что дизайн, ориентированный на человека, является реальной необходимостью современного мира и что любые продукты всегда должны быть ориентированы на потребителя¹.

Еще одним источником может быть статья на сайте Iteam под названием «Три вида маркетинга». Маркетинг, ориентированный на потребителя, направлен на особую клиентуру и заранее определенные группы потребителей.

Практическое задание 2. Дизайн и инновации

Структура практического задания:

1. Графический дизайн как процесс.
2. Стадии процесса: постановка проблемы, планирование, анализ, концептуализация и формализация, презентация, производство и внедрение, стоимость, оценка результатов.
3. Инновационные дизайн-инструменты.

4. Композиция.
5. Цвет и изображение.
6. Фотография, иллюстрация, типографика.
7. Допечатная подготовка, печать, после печатная обработка.

Одно из возможных практических занятий на тему "Дизайн и инновации" может быть организовано в виде мастер-класса или семинара, в рамках которого участники будут работать над созданием инновационного продукта или услуги с использованием дизайн-мышления.

В начале занятия можно предложить участникам выбрать одну из актуальных проблем или вызовов, которые существуют в определенной отрасли или сфере деятельности. Например, это может быть проблема загрязнения окружающей среды, проблема доступности медицинской помощи в отдаленных регионах или проблема безопасности пешеходов на дорогах.

Затем участники могут работать в группах над созданием инновационного решения для выбранной проблемы, используя методы дизайн-мышления. Это может включать в себя этапы эмпатии (понимание потребностей и ожиданий пользователей), определения проблемы (формулировка ключевой проблемы, которую необходимо решить), идеи (генерация идей и предложений), прототипирования (создание простых моделей и макетов) и тестирования (проверка и оценка решения с точки зрения его эффективности и удобства для пользователей).

В конце занятия участники могут представить свои решения другим группам и обсудить полученные результаты. Также можно провести обсуждение того, какие инновационные подходы и технологии могут быть использованы для реализации предложенных решений на практике.

Это занятие может помочь участникам развить навыки дизайн-мышления, критического мышления и командной работы, а также познакомиться с инновационными подходами к решению актуальных проблем.

[Один из источников, который может быть полезен для изучения темы "Дизайн и инновации", это статья на сайте Nabr под названием "Как новые технологии трансформируют индустрию дизайна". В этой статье рассматривается, какие отечественные технологии приходят на смену западным и как инновации способны трансформировать рынок.](#)

[Еще одним источником может быть статья на сайте vc.ru под названием "Инновации: что это и где брать идеи? \(Часть 1\)". В этой статье автор рассказывает о 10 типах инноваций и карте инновационных подходов, а также дает советы, как создавать новые идеи для решения важных задач](#)

Практическое задание 3. Дизайн продукт. Творческое задание: разработать дизайн продукта

Структура практического задания:

1. Понятие дизайн продукт.
2. Новый продукт и инновации.
3. Оценка инновационности продукта.

4. Решения по управлению ассортиментом.

Одно из возможных практических занятий на тему "Дизайн продукта" может быть организовано в виде мастер-класса или семинара, в рамках которого участники будут работать над разработкой дизайна нового продукта.

В начале занятия можно предложить участникам выбрать один из существующих продуктов или услуг, который требует улучшения или обновления. Например, это может быть мобильное приложение, упаковка продукта питания или дизайн одежды.

Затем участники могут работать в группах над созданием нового дизайна для выбранного продукта, используя различные методы и инструменты. Это может включать в себя этапы исследования (изучение трендов, конкурентов и потребностей пользователей), генерации идей (поиск новых и оригинальных решений), прототипирования (создание простых моделей и макетов) и тестирования (проверка и оценка дизайна с точки зрения его привлекательности и удобства для пользователей).

В конце занятия участники могут представить свои решения другим группам и обсудить полученные результаты. Также можно провести обсуждение того, какие факторы влияют на успешность дизайна продукта и какие подходы и технологии могут быть использованы для его создания.

Это занятие может помочь участникам развить навыки критического мышления, творчества и командной работы, а также познакомиться с основными принципами и методами дизайна продуктов.

[Один из источников, который может быть полезен для изучения темы "Дизайн продукта", это статья на сайте LPgenerator под названием "Что такое дизайн продукта и чем занимается продуктовый дизайнер: всё, что вы хотели знать"](#)¹. В этой статье рассказывается о том, что такое дизайн продукта, какие элементы входят в процесс его создания и кто работает над этим¹.

[Еще одним источником может быть статья на сайте Practicum by Yandex под названием "От идеи до запуска: что делает дизайнер продукта"](#)². В этой статье автор рассказывает о том, кто такой продуктовый дизайнер, какие задачи он решает и какие навыки необходимы для работы в этой профессии².

Практическое задание 4. Дизайн продукт. Творческое задание: разработайте стратегию продвижения продукта

Структура практического задания:

1. Виды продуктовой стратегии.
2. Жизненный цикл продукта

Одно из возможных творческих заданий на тему "Разработка стратегии продвижения продукта" может быть организовано в виде мастер-класса или семинара, в рамках которого участники будут работать над созданием эффективной стратегии продвижения нового продукта или услуги.

В начале занятия можно предложить участникам выбрать один из существующих продуктов или услуг, который требует продвижения на рынке. Например, это может быть новый вид спортивного питания, мобильное

приложение для знакомств или услуга доставки еды на дом.

Затем участники могут работать в группах над разработкой стратегии продвижения для выбранного продукта, используя различные методы и инструменты. Это может включать в себя этапы исследования (изучение конкурентов, трендов и потребностей целевой аудитории), планирования (определение целей и задач продвижения, выбор каналов коммуникации и способов привлечения внимания), реализации (запуск рекламных кампаний, проведение акций и мероприятий) и оценки результатов (анализ эффективности продвижения и корректировка стратегии в соответствии с полученными данными).

В конце занятия участники могут представить свои стратегии другим группам и обсудить полученные результаты. Также можно провести обсуждение того, какие факторы влияют на успешность продвижения продукта и какие подходы и технологии могут быть использованы для его реализации.

Это занятие может помочь участникам развить навыки стратегического мышления, планирования и командной работы, а также познакомиться с основными принципами и методами продвижения продуктов.

[Идеальный план продвижения бренда](#)

[Что такое маркетинговая стратегия и как её разработать](#)

[Стратегия продвижения товара в Интернете](#)

[Стратегия продвижения продукта – обязательное условие успеха](#)

Практическое задание 5. Процесс разработки продукта

Структура практического задания:

1. Дизайн-процесс 5 шагов.
2. Методы и технологии, применяемые в дизайн-процессе.
3. Примеры использования дизайн-процесса для создания инновационных решений

Практических занятий на тему «Дизайн-процесс 5 шагов» может быть организовано в виде мастер-класса или семинара, в рамках которого участники будут работать над созданием нового продукта или услуги, используя 5-шаговый дизайн-процесс.

В начале занятия можно предложить участникам выбрать одну из актуальных проблем или вызовов, которые существуют в определенной отрасли или сфере деятельности. Например, это может быть проблема загрязнения окружающей среды, проблема доступности медицинской помощи в отдаленных регионах или проблема безопасности пешеходов на дорогах.

Затем участники могут работать в группах над созданием инновационного решения для выбранной проблемы, используя 5-шаговый дизайн-процесс. Этот процесс может включать в себя следующие этапы:

1. Эмпатия (Empathize) - на этом этапе участники должны понять потребности и ожидания пользователей, связанные с выбранной проблемой.

Это может включать в себя проведение опросов, интервью и наблюдений.

2. **Определение проблемы (Define)** - на этом этапе участники должны сформулировать ключевую проблему, которую необходимо решить. Это может включать в себя анализ полученной информации и выделение основных проблемных зон.

3. **Идеяция (Ideate)** - на этом этапе участники должны генерировать идеи и предложения для решения выбранной проблемы. Это может включать в себя использование техник брейнсторминга и мозгового штурма.

4. **Прототипирование (Prototype)** - на этом этапе участники должны создавать простые модели и макеты для тестирования своих идей. Это может включать в себя использование различных материалов и инструментов для создания физических или цифровых прототипов.

5. **Тестирование (Test)** - на этом этапе участники должны проверять и оценивать свои решения с точки зрения эффективности и удобства для пользователей. Это может включать в себя проведение тестирования с реальными пользователями и сбор обратной связи.

В конце занятия участники могут представить свои решения другим группам и обсудить полученные результаты. Также можно провести обсуждение того, какие инновационные подходы и технологии могут быть использованы для реализации предложенных решений на практике.

Практическое задание помогает участникам развить навыки дизайн-мышления, критического мышления и командной работы, а также познакомиться с основными этапами 5-шагового дизайн-процесса.

[Статья на Хабре о дизайн-процессе, исследованиях и поиске работы](#)

Практическое задание 6. Процесс разработки продукта

Структура практического задания:

1. Алгоритм разработки нового продукта.
2. Командная работа в дизайн-мышлении.
3. Инструменты повышения качества работы группы разработчиков продукта.

Ход выполнения практического задания

1. **Определение целей и потребностей.** Начните с определения целей и потребностей вашего продукта. Какие проблемы он должен решать? Кто является вашей целевой аудиторией? Какие характеристики продукта важны для вашей аудитории?

2. **Исследование рынка.** Проведите исследование рынка, чтобы узнать о конкурентах, трендах и возможностях. Определите, как ваш продукт может быть уникальным и конкурентоспособным.

3. **Разработка концепции.** На основе полученной информации разработайте концепцию вашего продукта. Определите его ключевые характеристики, функциональность и дизайн.

4. **Создание прототипа.** Создайте прототип вашего продукта, чтобы проверить его работоспособность и получить обратную связь от потенциальных пользователей.

5. **Тестирование и улучшение.** Проведите тестирование прототипа с целью выявления проблем и возможностей для улучшения. Внесите необходимые изменения в дизайн и функциональность продукта.

6. **Запуск продукта.** Запустите ваш продукт на рынок, используя эффективные стратегии маркетинга и продвижения.

[Статья на Asana о процессе разработки продукта в 6 этапов.](#)

[Статья на Википедии о процессе разработки программного обеспечения.](#)

[Статья на MarketSplash о том, как создать эффективный процесс разработки продукта.](#)

Практическое задание 7. Позиционирование нового продукта

Структура практического задания:

1. Методы и инструменты позиционирования нового продукта.
2. Инструменты и средства продвижения нового продукта.
 - Определите целевую аудиторию вашего продукта. Кто является вашими потенциальными клиентами? Что им нужно и какие проблемы они пытаются решить?
 - Исследуйте конкурентов. Какие продукты уже существуют на рынке? Как они позиционируют себя? Что делает ваш продукт уникальным?
 - Определите ключевые преимущества вашего продукта. Что делает его лучше, чем конкуренты? Какие проблемы он решает лучше других?
 - Создайте уникальное торговое предложение (УТП). Это короткое и ёмкое сообщение, которое описывает преимущества вашего продукта и отличает его от конкурентов.
 - Протестируйте своё позиционирование. Попробуйте представить свой продукт разным группам людей и посмотрите, как они реагируют. Это поможет вам понять, насколько хорошо вы передали своё сообщение и как его можно улучшить..

[«Что такое позиционирование продукта в маркетинге?» на сайте PowerBranding.ru.](#)

Практическое задание 8. Позиционирование нового продукта

Структура практического задания:

1. Делегирование.
2. Аутсорсинг дизайна vs развитие дизайн инициатив внутри компании.
3. Основные проблемы, возникающие во взаимодействии компаний и дизайнконсультантов.
4. Культура обратной связи.
5. Мировые примеры управления дизайном и дизайнерами.

[«Позиционирование продукта» на сайте Хабр](#)

Практическое задание 9. Позиционирование нового продукта

Процесс сервис-дизайна.

1. Отличительные черты сервисов.
2. Методы и технологии, применяемые в сервис-дизайне.
3. Лучшие примеры использования сервис-дизайна.

[«Позиционирование продукта на рынке: выбор оптимальной стратегии» на сайте Sales Generator](#).

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

3.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНОК РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Зачтено ставится за умение ориентироваться в основных теоретических положениях учебного материала, воспроизведение его содержания без существенных ошибок, знание художественных и пластических возможностей материала, владение технологией его художественной обработки, способность под руководством преподавателя решать стандартные творческие задачи, выполнение творческих заданий без существенных композиционных и художественно-графических ошибок в полном объеме, предусмотренном программой, допустимый уровень культуры их исполнения.

Не зачтено ставится за фрагментарные теоретические знания по учебной дисциплине в рамках образовательного стандарта, пассивность на лабораторных занятиях, выполнение творческих заданий с существенными композиционными графическими ошибками либо неумение применять основы композиционных, графически-проектных знаний в творческом процессе. Низкий технический и художественный уровень культуры исполнения заданий, а также за отказ от ответа или непредставление на итоговый просмотр творческого учебного задания.

3.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Структура содержания учебной программы по учебной дисциплине «Дизайн-менеджмент» построена на основе традиционного подхода с разбиением содержания на темы; при этом темы представляют собой относительно самостоятельные дидактические единицы содержания обучения. В соответствии с содержанием конкретной темы и определенной системой технико-технологических и художественно-творческих компетенций (знаний и умений, способов деятельности) студентом выполняются учебные задания и учебно-творческие проекты. Разработка и выполнение проектов осуществляется в аудитории под руководством преподавателя и продолжается в рамках внеаудиторной самостоятельной работы по заданию преподавателя в библиотеке, в домашних условиях, с использованием глобальной сети «Интернет».

Самостоятельная работа студентов нацелена на:

- углубление и расширение теоретических знаний в области дизайн-менеджмента;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- использование материала, собранного и полученного в ходе исследовательской работы в процессе выполнения мультимедийных образовательных проектов.

Видами самостоятельной работы студентов по дисциплине «Дизайн-менеджмент» являются:

- формирование и усвоение знаний на базе рекомендованной учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- выполнение художественных творческих работ с использованием основных компьютерных графических пакетов;
- выполнение микроисследований по темам выполняемых заданий и проектов.

3.3. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ

Для текущего контроля усвоения знаний и умений студента по учебной дисциплине «Дизайн-менеджмент» рекомендуется использовать следующий диагностический инструментарий:

- систематический устный опрос (беседа);
- просмотр выполнения этапов лабораторных заданий и учебно-творческих проектов;
- обоснование проектных решений;
- просмотр заданий, относящихся к контролируемой самостоятельной работе.

Учебным планом в качестве текущей формы контроля по учебной дисциплине «Дизайн-менеджмент» предусмотрен зачет.

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1 УЧЕБНЫЕ ПЛАНЫ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Специальность: 6-05-0113-06 Художественное образование Профилизация: Черчение и компьютерная графика



УТВЕРЖАЮ
Ректор В.И. Козлов
А.И. Жуков
2023

Регистрационный № 186-2023/2

Учреждение образования
"Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка"
УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Специальность: 7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование
Профилизация: Изобразительное искусство

Степень: Магистр
Срок обучения: 1 год

Форма обучения: дистанционная

I. График образовательного процесса

II. Сводные данные по бюджету времени (в часах)

К У Р С Ы	сентябрь		октябрь		ноябрь		декабрь		январь		февраль		март		апрель		май		июнь		июль		август		Торговое образование	Экспертные сессии	Производственные практики	Магистерская диссертация	Итоговая аттестация	Канкулы	Всего
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24							
1	17	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	24	8	4	8	1	2	44
1	17	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	24	8	4	8	1	2	44	

Обозначения: – теоретическое обучение – производственная практика – итоговая аттестация
 – эземациональная сессия – магистерская диссертация – канкулы

III. План образовательного процесса

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экмены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам						Итого зачетных единиц	Код компетенции			
				Всего	Из них					Всего часов	1 семестр, 17 недель		Всего часов	2 семестр, 7 недель				Всего зачетных единиц		
					Аудиторных	Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские		Авт. часов	Зач. единицы		Авт. часов	Зач. единицы					
																			1 семестр, 17 недель	
I. Государственный компонент																				
1.1	Модуль "Методологии педагогики"			384	140	52	12	56	20	384	140	12					12			
1.1.1	Методология научно-педагогического исследования		1	96	34	14		24	20	192	68	6					6	УК-1		
1.1.2	Педагогический эксперимент в современных социокультурных условиях		1	96	34	10		24	20	96	34	3					3	УК-6,7		
1.2	Модуль "Проектирование художественно-эстетической среды учреждений образования"			192	72	28	12	32		192	72	6					6	УК-5		
1.2.1	Проектирование деятельности в художественно-эстетическом образовании		1	96	36	12	12	12		96	36	3					3	УК-4, УПК-1		
1.2.2	Производственная образовательная практика		1	96	36	16		20		96	36	3					3	УПК-2		
II. Компонент учреждения образования																				
2.1	Модуль "Управление инновациями в образовании"			282	108	48		18	42	90	34	3	192	74	6	9				
2.1.1	Основы инновационной в художественно-эстетическом образовании / дизайн-менеджмент		1	90	34	16		18		90	34	3					3	УК-4		
2.1.2	Инновации в высшем образовании		2	96	38	16										96	38	3	3	УК-5
2.1.3	Управление образовательными процессами в цифровой среде		2	96	36	16		20		96	36	3					3	УК-4,7		
2.2	Модуль "Методические основы подготовки педагога искусства"			366	70	32		12	26	276	70	9	90			3	12			
2.2.1	Современные педагогические технологии в художественно-эстетическом образовании / Белорусская академическая художественная школа и технологии работы над композиционной формой		1	96	36	12	12	12		96	36	3					3	СК-1 / СК-2		
2.2.2	Художественно-образовательный практикум		1	90	34	20			14	90	34	3					3	СК-3		
2.2.3	Научно-исследовательский семинар		1,2	180						90	34	3	90				3	6	УК-1,6	
III. Профилизация "Изобразительное искусство"																				
2.3	Модуль "Современные системы художественного образования"			288	110	48		62		192	72	6	96	38	3	9				
2.3.1	Современные системы художественного образования		1	96	36	16		20		96	36	3					3	СК-3		
2.3.2	Инновационные модели художественно-педагогического образования		2	192	74	32		42		96	36	3	96	38	3	6		6	СК-4	
IV. Факультативные дисциплины																				
3	Современные тенденции изобразительного искусства			72	72	12		12		72	72	2								
3.1	Музейное пространство в выставочной деятельности			74	74	70		74		74	74	70	74	74	70	74		74		
4	Дипломатические виды обучения			238	218	66		74		238	218	74	74	74	74	74		74		
4.1	Философия и методология науки		1	74	72	60		74		72	72	72	72	72	72	72		72	УК-2	
4.2	Основы информационных технологий		2	72	72	70		74		72	72	72	72	72	72	72		72	УК-2	
4.3	Иностранная языки		2	74	74	70		74		72	72	72	72	72	72	72		72	УК-3	
Количество часов учебных занятий				1320	428	180	12	148	88	942	316	30	378	112	12	42				
Количество часов учебных занятий в неделю											19		16							
Количество курсовых работ											4		2							
Количество эссе																				
Количество эссе											6		2							

IV. Производственные практики				V. Магистерская диссертация			VI. Итоговая аттестация		
Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Защита магистерской диссертации		
Научно-исследовательская	2	2	3						
Научно-педагогическая	2	2	3	2					

VII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Применять методы научного познания в исследовательской деятельности, генерировать и реализовывать инновационные идеи	1.1, 1.2, 2.3, 4.1
УК-2	Решать научно-исследовательские и инновационные задачи на основе применения информационно-коммуникационных технологий	4.2
УК-3	Осуществлять коммуникации на иностранном языке в академической, научной и профессиональной среде для реализации научно-исследовательской и инновационной деятельности	4.3
УК-4	Обеспечить коммуникации, проявлять лидерские навыки, быть способным к командообразованию и разработке стратегических целей и задач	1.2.1, 2.1.1, 2.1.3, 2.2.1
УК-5	Развивать инновационную восприимчивость и способность к инновационной деятельности	1.2, 2.1.2, 2.3
УК-6	Быть способным к проектированию условий реализации профессиональной деятельности и решению профессиональных задач в условиях неопределенности	1.1.2, 2.3.3
УК-7	Применять психолого-педагогические методы и информационно-коммуникационные технологии в образовании и управлении	1.1.2, 2.1.3
УПК-1	Вырабатывать механизмы создания инновационной художественно-эстетической среды в учреждениях образования, проектировать образовательный процесс, направленный на развитие эстетической культуры личности, ее творческих способностей, в соответствии с современными научными достижениями и мировыми педагогическими опытом	1.2.1, 2.2.2
УПК-2	Разрабатывать и реализовывать механизмы и средства создания полихудожественной образовательной среды в учреждениях образования, обеспечивая участие широких и талантливых обучающихся в конкурсах, фестивалях, творческих научно-исследовательских работах, проектах	1.2.2
СК-1	Применять современные педагогические технологии организации художественно-эстетического образования с учетом отечественного и зарубежного опыта, анализировать эффективность их реализации в образовательном процессе	2.3.1
СК-2	Применять классические и современные технологии работы над художественным образом, композиционной формой в профессиональной деятельности	2.2.1, 2.3.2
СК-3	Применять современные системы художественного образования, использовать исследовательский потенциал изобразительного искусства в целях учебного развития	2.3.1
СК-4	Использовать научные концепции, подходы и технологии управления проектами в сфере культуры и искусства, разрабатывать и реализовывать инновационные педагогические модели и проекты в сфере художественного образования, применять современные технологии и методы в преподавании изобразительного искусства	2.3.2

Разработаны на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование
 *Изучение общеобразовательных дисциплин "Философия и методология науки", "Иностранная язык", "Основы информационных технологий" является обязательным для магистрантов – граждан Республики Беларусь.
 *Дифференциальный зачет.

СОГЛАСОВАНО
 Проректор по учебной работе учреждения образования
 "Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка"
 А.В. Манашич

СОГЛАСОВАНО
 Начальник Центра организационно-методического обеспечения образовательной деятельности
 Ю.В. Строчка

Депутат факультета эстетического образования
 С.М. Кобачевская

Начальник отдела магистратуры
 И.А. Турченко

Заведующий кафедрой художественно-педагогического образования
 Г.В. Лойко

Эксперт-методолог отдела магистратуры
 А.И. Гарушев

Рекомендован к утверждению Научно-методическим советом учреждения образования
 "Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка"
 Протокол № 2 от 01.02.2023

4.2 ПРОГРАММНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАКСИМА ТАНКА»



Проректор по учебной работе БГПУ

А.В. Маковчик

2023 г.

Регистрационный № УД 03-317/2023/уч.

ДИЗАЙН - МЕНЕДЖМЕНТ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине (по выбору студента)
для специальности:

7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование
Профилизация: Изобразительное искусство

2023 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта углубленного высшего образования (_____ № ____) и учебного плана по специальности 7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование (23.02.2023 г. № 082-2023/у).

СОСТАВИТЕЛЬ:

О.П. Евсева, доцент кафедры художественно-педагогического образования учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», кандидат педагогических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой художественно-педагогического образования учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка»
(протокол № 9 от 27.03.2023 г.)

Заведующий кафедрой



Г.В.Лойко

Советом факультета эстетического образования учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка»
(протокол № 8 от 28.03.2023 г.)

Заместитель декана
по учебной работе



И.Э.Тишкевич

Оформление учебной программы и сопровождающих ее материалов соответствует действующим требованиям Министерства образования Республики Беларусь

Методист отдела магистратуры



А.И.Гарунчик

Директор библиотеки



Н.П.Сятковская

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина (по выбору студента) «Дизайн-менеджмент» предназначена для обучающихся магистратуры по специальности 7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование. Профилизация: Изобразительное искусство.

На современном этапе в системе образования особую роль приобретает дизайн-мышление, которое становится одним из важнейших направлений образовательной деятельности, а наличие проектировочных умений - одним из видов профессиональных умений, которые характеризует педагога как компетентного специалиста, способного разрабатывать дизайн образовательного продукта. Накопление студентами знаний, умений практического опыта в сфере дизайн-маркетинга дает возможность сформировать навыки дизайн-мышления и осуществить междисциплинарный подход. Изучение дисциплины «Дизайн-маркетинг» направлено дать обучающимся теоретические знания и сформировать практические навыки, подсказать пути решения задач при разработке и продвижении различных дизайн-проектов в контексте творческой индустрии художественно-эстетического образования. Концепция учебной программы основывается на современных представлениях о менеджменте и маркетинге в контексте работы в творческих индустриях и проектах.

Целью учебной дисциплины «Дизайн-менеджмент» является приобретение у магистрантов системы знаний, умений и навыков в области дизайн-менеджмента, организации и осуществления профессиональной педагогической деятельности на основе бизнес-моделей в условиях рынка образовательных услуг.

Задачи учебной дисциплины:

- раскрыть теоретические основы проектирования в художественно-эстетическом образовании, особенности создания и реализации инновационных проектов на рынке образовательных услуг на основе анализа потребностей клиентов;
- углубить знания студентов о теоретических основах дизайн-менеджмента в художественно-эстетическом направлении; технологиях развития проектной компетентности педагога, арт-менеджера, дизайнера образовательных продуктов;
- сформировать умения и навыки использования методов и инструментов для разработки идеи проекта и его управления;
- изучить разнообразные формы, методы и средства создания дизайн-продуктов, дизайн-проектов в учреждении образования;
- развить творческие и профессиональные навыки магистрантов по сбору, обработке и анализу данных внешней и внутренней среды проекта с целью принятия управленческих решений;
- содействовать личностно-профессиональному росту будущего педагога, повышению уровня его компетентности;
- развить навыки по поиску и оценке новых рыночных возможностей и формированию бизнес-идей, по разработке альтернативных бизнес-моделей

дизайн-проекта;

– формирование лидерских качеств и персональных навыков по организации работы членов команды и налаживание взаимодействия между участниками проекта, мотивация членов команды;

– накопление студентами практического опыта взаимодействия с представителями бизнес-сообщества.

Учебная дисциплина (по выбору студента) «Дизайн-менеджмент» входит в модуль «Управление инновациями в образовании». Она является прикладной педагогической дисциплиной, изучение которой базируется на знаниях педагогики в области изобразительного искусства.

Преподавание и успешное изучение учебной дисциплины «Дизайн-менеджмент» осуществляется на базе приобретенных студентом знаний и умений по разделам следующих учебных дисциплин: «История искусств», «Современные тенденции изобразительного искусства», «Художественно-образовательный практикум».

Требования к освоению учебной дисциплины

Требования к уровню освоения содержания учебной дисциплины «Дизайн-менеджмент» определены учебным планом по специальности

7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование.
Профилизация: Изобразительное искусство.

Изучение учебной дисциплины «Дизайн-менеджмент» должно обеспечить формирование у студентов соответствующей компетенции: обеспечивать коммуникации, проявлять лидерские навыки, быть способным к командообразованию и разработке стратегических целей и задач.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен **знать:**

- цели и задачи учебной дисциплины;
- специфику терминологии дизайн-проектирования;
- основные инструменты создания, управления и продвижения дизайн-продукта;
- сущность стартапа как концепции ведения бизнеса;
- основные экономические, технологические, правовые и пр. ограничения, препятствующие успешному проекту;
- профессиональный, деловой и законодательный контексты интересов общества, заказчиков и пользователей;

уметь:

- использовать подходящие методы и маркетинговые инструменты, в том числе дизайн-мышление для разработки идеи проекта и его управления;
- осуществлять поиск и оценку новых рыночных возможностей и формировать бизнес-идеи;
- формулировать цели проекта, ожидаемые результаты проекта, планировать деятельность по управлению проектом;
- разрабатывать основные документы проекта, техническое задание проекта;
- организовывать и управлять творческим процессом создания дизайн продукта;
- координировать взаимодействие основных участников в процессе работы над дизайн-проектом с учетом профессионального разделения труда;
- обосновать целесообразность вложения денежных средств в проект для различных категорий потенциальных инвесторов;

владеть:

- методиками диагностики в области дизайн-менеджмента, проводить дизайн-исследования и обрабатывать полученную информацию;
- приемами, методами и технологиями дизайн-мышления в рамках проектной работы;
- навыками разработки концепции проекта, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения;
- навыками оценки эффективности дизайн-проектов с учетом имеющихся ограничений.

При изучении учебной дисциплины используются взаимодополняющие формы организации учебной деятельности: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

На изучение учебной дисциплины «Дизайн-менеджмент» согласно

учебному плану отводится 96 академических часов, из них 34 аудиторных часа (16 лекционных, 18 практических). На самостоятельную работу магистранта отводится 56 часов. Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом специальности дневной формы получения образования в форме зачета в первом семестре.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Основные понятия дизайн-маркетинга

Основные виды маркетинга. Введение в дизайн-маркетинг. Основные термины и определения дизайн-маркетинга. Дизайн-маркетинг как современная технология управления дизайн проектами. Связь маркетинга с менеджментом.

Концепции управления дизайн-маркетинговой деятельностью: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий маркетинга. Характеристика дизайна как сферы производства дизайн продукта. Логика дизайн-маркетинга.

Маркетинг, ориентированный на дизайн продукт (товар, услугу). Дизайн-маркетинг, ориентированный на потребителя услуг дизайна. Интегрированный маркетинг. Маркетинг открытых систем.

Принципы и методы дизайн-маркетинга. Требования, предъявляемые дизайн-маркетингом. Десять шагов в маркетинг, маркетинг как система. Компоненты дизайн-маркетинга: потребители, товар (услуга), рынок, продвижение товара, конкуренты, цена и ценообразование, сервис, формирование спроса и стимулирование сбыта, маркетинговая информация, управление маркетингом.

Тема 2. Дизайн и инновации

Современные принципы инноваций. Дизайн и инновации: вдохновение, создание идеи, применение.

Введение в дизайн и инновации на основе дизайна. Роль дизайна в компании. Типы добавленной стоимости, создаваемые системой дизайна. Методы и технологии, применяемые в дизайн-процессе. Использование дизайн-процесса для создания инновационных решений.

Графический дизайн как процесс. Стадии процесса: постановка проблемы, планирование, анализ, концептуализация и формализация, презентация, производство и внедрение, стоимость, оценка результатов.

Инновационные дизайн-инструменты. Композиция. Цвет и изображение. Фотография, иллюстрация, типографика. Допечатная подготовка, печать, послепечатная обработка.

Тема 3. Дизайн продукт

Понятие дизайн продукт. Новый продукт и инновации. Оценка инновационности продукта. Решения по управлению ассортиментом. Виды продуктовой стратегии. Жизненный цикл продукта.

Тема 4. Дизайн-мышление как процесс дизайн-менеджмента

Понятие дизайн-мышления. Дизайн-мышление, его роль в разработке продукта. Восприятие потребительской ценности продукта. Процесс принятия потребителем нового продукта. Типы добавленной стоимости, создаваемые системой дизайна. Примеры компаний, использующих систему дизайна.

Дизайн-процесс 5 шагов. Методы и технологии, применяемые в дизайн-

процессе. Примеры использования дизайн-процесса для создания инновационных решений.

Тема 5. Процесс разработки продукта

Алгоритм разработки нового продукта. Командная работа в дизайн-мышлении. Инструменты повышения качества работы группы разработчиков продукта.

Тема 6. Позиционирование нового продукта

Методы и инструменты позиционирования нового продукта. Инструменты и средства продвижения нового продукта.

Тема 7. Управление дизайном и дизайнерами

Технологии, используемые дизайнерами. Технологии, методы и средства управления на операционном, тактическом и стратегическом уровнях.

Делегирование. Аутсорсинг дизайна vs развитие дизайн инициатив внутри компании. Основные проблемы, возникающие во взаимодействии компаний и дизайн-консультантов. Культура обратной связи. Мировые примеры управления дизайном и дизайнерами.

Тема 8. Управление проектами в сфере дизайна

Особенности управления дизайн-проектами. Внешняя и внутренняя среда проекта. Цели проекта. Требования к проекту. Жизненный цикл и фазы управления проектом. Этапы инвестиционного проекта.

Процесс сервис-дизайна. Отличительные черты сервисов. Методы и технологии, применяемые в сервис-дизайне. Лучшие примеры использования сервис-дизайна.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТ»
по специальности: 7-06-0113-06 Художественно-эстетическое образование
Профилизация: Изобразительное искусство
(для дневной формы получения образования)

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов					Самостоятельная (внеаудиторная) работа	Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Управляемая самостоятельная работа				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1 курс, 1 семестр										
1	Основные понятия дизайн-маркетинга									
1.1.	Основные виды маркетинга. Введение в дизайн-маркетинг. Основные термины и определения дизайн-маркетинга. Дизайн-маркетинг как современная технология управления дизайн проектами. Связь маркетинга с менеджментом. Концепции управления дизайн-маркетинговой деятельностью: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий маркетинга, социально-этичного маркетинга. Характеристика дизайна как сферы производства дизайн продукта. Логика дизайн-маркетинга.	2					4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2], [3]; доп. [1], [7]	Конспект лекций. Тезаурус. Презентация

1.2	Маркетинг, ориентированный на дизайн продукт (товар, услугу). Дизайн-маркетинг, ориентированный на потребителя услуг дизайна. Интегрированный маркетинг. Маркетинг открытых систем. Принципы и методы дизайн-маркетинга. Требования, предъявляемые дизайн-маркетингом. Десять шагов в маркетинг, маркетинг как система. Компоненты дизайн-маркетинга: потребители, товар (услуга), рынок, продвижение товара, конкуренты, цена и ценообразование, сервис, формирование спроса и стимулирование сбыта, маркетинговая информация, управление маркетингом.		2				4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2], [3]; доп. [1], [7]	Конспект лекций Презентация. Устный опрос
2	Дизайн и инновации									
2.1	Современные принципы инноваций. Дизайн и инновации: вдохновение, создание идеи, применение. Введение в дизайн и инновации на основе дизайна. Роль дизайна в компании. Типы добавленной стоимости, создаваемые системой дизайна. Методы и технологии, применяемые в дизайн-процессе. Использование дизайн-процесса для создания инновационных решений.	2					4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [3], [5], [8]	Конспект лекций. Тезаурус по теме
2.2	Графический дизайн как процесс. Стадии процесса: постановка проблемы, планирование, анализ, концептуализация и формализация, презентация, производство и внедрение, стоимость, оценка результатов. Инновационные дизайн-инструменты. Композиция. Цвет и изображение. Фотография, иллюстрация, типографика. Допечатная подготовка, печать, после печатная обработка.		2				4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [3], [5], [8]	Конспект лекций. Устный опрос.
3	Дизайн продукт									
3.1	Понятие дизайн продукт. Новый продукт и инновации. Оценка инновационности продукта. Решения по управлению ассортиментом.	2	2				4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [3], [5], [8], [9], [10]	Конспект лекций. Творческое задание

3.2	Виды продуктовой стратегии. Жизненный цикл продукта		2				4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [3], [5], [8], [11], [12]	Конспект лекций. Творческое задание
4	Дизайн-мышление как процесс дизайн-менеджмента									
4.1	Понятие дизайн-мышления. Дизайн-мышление его роль в разработке продукта. Восприятие потребительской ценности продукта. Процесс принятия потребителем нового продукта. Типы добавленной стоимости создаваемые системой дизайна. Примеры компаний, использующих систему дизайна.	2					4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [3], [5], [8], [9], [10]	Конспект лекций. Письменный анализ проблемного вопроса
4.2	Дизайн-процесс 5 шагов. Методы и технологии, применяемые в дизайн-процессе. Примеры использования дизайн-процесса для создания инновационных решений		2				4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [3], [5], [8], [9], [10]	Конспект лекций Презентация идеи-концепции
5	Процесс разработки продукта									
5.1	Алгоритм разработки нового продукта. Командная работа в дизайн-мышлении. Инструменты повышения качества работы группы разработчиков продукта.	2	2				4	Мультимедийная презентация	осн. [1],[2]; доп. [1], [2], [3], [4], [9]	Конспект лекций. Устный анализ проблемного вопроса
6	Позиционирование нового продукта									
6.1	Методы и инструменты позиционирования нового продукта. Инструменты и средства продвижения нового продукта.	2	2				4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [3], [5], [6], [9]	Конспект лекций. Тезаурус. Презентация
7	Управление дизайном и дизайнерами									
7.1	Технологии, используемые дизайнерами. Технологии, методы и средства управления на операционном, тактическом и стратегическом уровнях.	2					4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [3], [6], [7], [8], [10]	Конспект лекций
7.2	Делегирование. Аутсорсинг дизайна vs развитие дизайн инициатив внутри компании. Основные проблемы, возникающие во взаимодействии		2				4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [3]; доп. [6], [10], [11], [12]	Контент-анализ. Устный

	компаний и дизайнконсультантов. Культура обратной связи. Мировые примеры управления дизайном и дизайнерами.									опрос
8	Управление проектами в сфере дизайна									
8.1	Особенности управления дизайн-проектами. Внешняя и внутренняя среда проекта. Цели проекта. Требования к проекту. Жизненный цикл и фазы управления проектом. Этапы инвестиционного проекта.	2					4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [1], [3], [11], [12]	Конспект лекций Педагогическое эссе
8.2	Процесс сервис-дизайна. Отличительные черты сервисов. Методы и технологии, применяемые в сервис-дизайне. Лучшие примеры использования сервис-дизайна.		2				4	Мультимедийная презентация	осн. [1], [2]; доп. [1], [3], [11], [12]	Презентация сетевого плана проекта
	Всего за семестр	16	18				56			Зачет
	Всего	16	18				56			

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Додонов, О. В. Инновационный менеджмент : учеб.-метод. пособие / О. В. Додонов, В. Н. Ананьева, Я. В. Печинская ; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск : БГУФК, 2020. – 115 с
2. Король, А. Д. Экономика. Менеджмент: эвристические (открытые) задания участников семинара «Методика обучения через открытие: как обучать всех по-разному, но одинаково» : практикум / А. Д. Король ; под ред. А. Д. Короля. – Минск : Белорус. гос. ун-т, 2018. – 47 с.
3. Основы менеджмента : пособие / А. Н. Сенько [и др.]. – Минск : Амалфея, 2019. – 148 с.

Дополнительная литература

1. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. направлениям и специальностям / А. А. Алексеев ; С.-Петерб. гос. экон. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2018. – 259 с.
2. Вишняков, В. А. Интеллектуальные системы в управлении : учеб.-метод. комплекс / В. А. Вишняков ; Мин. ин-т упр. – Минск : МИУ, 2010. – 364 с.
3. Кирхлер, Э. Дизайн работ в организациях : пер. с нем. / Э. Кирхлер, Э. Хельцл. – Харьков : Гуманитар. Центр, 2003. – 212 с.
4. Полукаров, В. Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. пособие / В. Л. Полукаров, С. Н. Рощупкин, К. А. Кобулашвили ; Обществ. центр поддержки деятельности Администрации Президента Рос. Федерации ; под общ. ред. А. Г. Самохвалова. – М. : Кнорус, 2006. – 350 с.
5. Психология дизайна и рекламы : [секреты PR-технологий] / сост. С. А. Сидоров. – Минск : Соврем. шк., 2009. – 254 с.
6. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Л. М. Дмитриева [и др.] ; под ред. Л. Д. Дмитриевой. – М. : Экономистъ, 2006. – 638 с.
7. Рубашный, В. С. Инновационный менеджмент и интеллектуальная собственность : курс лекций / В. С. Рубашный. – Минск : ФУАинформ, 2007. – 368 с.
8. Сурина, М. О. История образования и цветодидактики: история систем и методов обучения цвету / М. О. Сурина, А. А. Сурин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2003. – 348 с.

9. Трусъ, А. А. Управленческие решения: психологический аспект : учеб. пособие для студентов вузов по специальностям психологии и упр. / А. А. Трусъ. – Минск : Изд-во Гревцова, 2011. – 144 с
10. Управленческое консультирование: индустрия знаний, символический капитал или новая мода / под ред. М. Киппинга, Л. Энгвелла ; пер. [с англ.] и науч. ред. П. К. Власова. – Харьков : Гуманитар. Центр, 2008. – 416 с.
11. Хилл, Н. Добейся успеха с помощью позитивного мировосприятия : пер. с англ. / Н. Хилл, У. К. Стоун. – 2-е изд. – Минск : Попурри, 2009. – 400 с.
12. Шарипов, Ф. В. Психологические основы менеджмента : учеб. пособие / Ф. В. Шарипов. – М. : Владос-Пресс, 2008. – 293 с.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ МАГИСТРАНТОВ

Внеаудиторные часы на изучение учебной дисциплины (по выбору студента) «Дизайн-менеджмент» предполагают самостоятельную работу магистрантов над освоением отдельных тем учебной дисциплины.

В процессе освоения данной учебной дисциплины предусматриваются различные виды и формы учебной работы: работа с научной и методической литературой, проектная работа, работа с Интернет-ресурсами, в ходе которых магистранты актуализируют и углубляют теоретические знания. Организация и методика проведения практических занятий строятся с учетом реализации возможности формирования у магистрантов практических навыков и умений по анализу и разработке содержания образования, учебных программ, применения конкретных методов и методик обучения и воспитания в вузе.

Освоенные на практических занятиях методы и приемы педагогической деятельности закрепляются в ходе самостоятельной работы, сопровождение которой осуществляется на основе применения инновационных образовательных технологий.

В соответствии с содержанием конкретной темы и определенной системой компетенций (знаний и умений, способов деятельности) студентами выполняются самостоятельно следующие виды работ:

- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к зачету по учебной дисциплине;
- конспектирование первоисточников, рецензирование и аннотирование источников;
- выполнение исследовательских и творческих заданий;
- подготовка и написание рефератов, эссе и других письменных работ на заданные темы;
- составление обзора научной литературы по заданной теме;
- поиск дополнительной информации в области проектной работы.

Контроль самостоятельной работы осуществляется в виде:

- контрольной работы;
- итогового занятия, коллоквиума в форме устного собеседования, письменной работы, тестирования;
- обсуждения рефератов;
- оценки устного ответа на вопрос, сообщения, доклада.

Самостоятельная работа магистрантов протекает в форме делового взаимодействия: магистрант получает непосредственные указания, рекомендации преподавателя об организации и содержании самостоятельной деятельности, преподаватель выполняет функцию управления (через учет, контроль и коррекцию ошибочных действий) и оценку результатов.

ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ МАГИСТРАНТОВ

№ п/п	Название темы, раздела	Кол-во часов на СРС	Задание	Форма выполнения
1	Основные понятия дизайн-маркетинга			
1.1.	<p>Основные виды маркетинга. Введение в дизайн-маркетинг. Основные термины и определения дизайн-маркетинга. Дизайн-маркетинг как современная технология управления дизайн проектами. Связь маркетинга с менеджментом.</p> <p>Концепции управления дизайн-маркетинговой деятельностью: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий маркетинга, социально-этичного маркетинга. Характеристика дизайна как сферы производства дизайн продукта. Логика дизайн-маркетинга.</p>	4	Составить тезаурус по теме	Тезаурус по теме
1.2	<p>Маркетинг, ориентированный на дизайн продукт (товар, услугу). Дизайн-маркетинг, ориентированный на потребителя услуг дизайна. Интегрированный маркетинг. Маркетинг открытых систем. Принципы и методы дизайн-маркетинга. Требования, предъявляемые дизайн-маркетингом. Десять шагов в маркетинг, маркетинг как система. Компоненты дизайн-маркетинга: потребители, товар (услуга), рынок, продвижение товара, конкуренты, цена и ценообразование, сервис, формирование спроса и стимулирование сбыта, маркетинговая информация, управление маркетингом.</p>	4	Проанализировать роль и значение дизайн-маркетинга в современных	Письменный анализ проблемного вопроса
2	Дизайн и инновации			
2.1	<p>Современные принципы инноваций. Дизайн и инновации: вдохновение, создание идеи, применение. Введение в дизайн и инновации на основе дизайна. Роль дизайна в компании. Типы добавленной стоимости, создаваемые системой дизайна. Методы и технологии, применяемые в дизайн-процессе. Использование дизайн-процесса для создания инновационных решений.</p>	4	Составить краткий конспект	Краткий план-конспект

2.2	Графический дизайн как процесс. Стадии процесса: постановка проблемы, планирование, анализ, концептуализация и формализация, презентация, производство и внедрение, стоимость, оценка результатов. Инновационные дизайн-инструменты. Композиция. Цвет и изображение. Фотография, иллюстрация, типографика. Допечатная подготовка, печать, послепечатная обработка.	4	Подготовить презентацию	Презентация
3	Дизайн продукт			
3.1	Понятие дизайн продукт. Новый продукт и инновации. Оценка инновационности продукта. Решения по управлению ассортиментом.	2	Предложить идею-концепцию дизайна пилотного продукта	Презентация идеи-концепции
3.2	Виды продуктовой стратегии. Жизненный цикл продукта	4	Разработать один из жизненных циклов дизайн-продукта	Творческий проект
4	Дизайн-мышление как процесс дизайн-менеджмента			
4.1	Понятие дизайн-мышления. Дизайн-мышление его роль в разработке продукта. Восприятие потребительской ценности продукта. Процесс принятия потребителем нового продукта. Типы добавленной стоимости создаваемые системой дизайна. Примеры компаний, использующих систему дизайна.	4	Составить краткий конспект	Краткий план-конспект
4.2	Дизайн-процесс 5 шагов. Методы и технологии, применяемые в дизайн-процессе. Примеры использования дизайн-процесса для создания инновационных решений	4	Предложить идею-концепцию пилотного проекта дизайн-процесса. Подготовить презентацию	Презентация идеи-концепции
5	Процесс разработки продукта			
5.1	Алгоритм разработки нового продукта. Командная работа в дизайн-мышлении. Инструменты повышения качества работы группы разработчиков продукта.	4	Описать сценарии командной работы в дизайн-мышлении	Учебный сценарий
6	Позиционирование нового продукта			
6.1	Методы и инструменты позиционирования нового продукта. Инструменты и средства продвижения нового продукта.	4	Подготовить презентацию	Презентация
7	Управление дизайном и дизайнерами			
7.1	Технологии, используемые дизайнерами и как эти практики позволяют создавать инновационные решения. Технологии, методы	4	Предложить инновационное решения	Презентация проектного предложения

	и средства управления на операционном, тактическом и стратегическом уровнях.		дизайн-продукта на трех уровнях	
7.2	Делегирование. Аутсорсинг дизайна vs развитие дизайн инициатив внутри компании. Основные проблемы, возникающие во взаимодействии компаний и дизайнконсультантов. Культура обратной связи. Мировые примеры управления дизайном и дизайнерами.	4		
8	Управление проектами в сфере дизайна			
8.1	Особенности управление дизайн-проектами. Внешняя и внутренняя среда проекта. Цели проекта. Требования к проекту. Жизненный цикл и фазы управления проектом. Этапы инвестиционного проекта.	4	Проанализировать	Контент-анализ
8.2	Процесс сервис-дизайна. Отличительные черты сервисов. Методы и технологии, применяемые в сервис-дизайне. Лучшие примеры использования сервис-дизайна.	4	Задание: разработка плана подготовки и реализации дизайн-проекта с использованием специализированного сервиса	Дизайн-проект
ИТОГО:		56		

ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ

Для промежуточного контроля и самоконтроля знаний и умений магистрантов по учебной дисциплине (по выбору студента) «Дизайн-менеджмент» можно использовать следующий диагностический инструментарий:

- коллоквиум в форме устного собеседования, письменной работы, тестирования;
- разработка одного из этапов творческого проекта;
- создание портфолио проекта;
- индивидуальный и фронтальный опрос;
- письменные контрольные работы;
- доклады, рефераты;
- практико-ориентированные задания: составление проектной папки (портфолио), плана реализации творческого проекта, презентация творческого проекта;
- зачет.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

<p style="text-align: center;">Название дисциплины, с которой требуется согласование</p>	<p style="text-align: center;">Название кафедры</p>	<p style="text-align: center;">Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине</p>	<p style="text-align: center;">Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)</p>
<p style="text-align: center;">Основы менеджмента в художественно-эстетическом образовании</p>	<p style="text-align: center;">Кафедра художественно-педагогического образования</p>	<p style="text-align: center;">Согласование содержания учебной программы прошло на стадии разработки программы</p>	<p style="text-align: center;">Протокол № 9 от 27.03.2023 г.</p>

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

4. Додонов, О. В. Инновационный менеджмент : учеб.-метод. пособие / О. В. Додонов, В. Н. Ананьева, Я. В. Печинская ; Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск : БГУФК, 2020. – 115 с
5. Король, А. Д. Экономика. Менеджмент: эвристические (открытые) задания участников семинара «Методика обучения через открытие: как обучать всех по-разному, но одинаково» : практикум / А. Д. Король ; под ред. А. Д. Короля. – Минск : Белорус. гос. ун-т, 2018. – 47 с.
6. Основы менеджмента : пособие / А. Н. Сенько [и др.]. – Минск : Амалфея, 2019. – 148 с.

Дополнительная литература

13. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. направлениям и специальностям / А. А. Алексеев ; С.-Петерб. гос. экон. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2018. – 259 с.
14. Вишняков, В. А. Интеллектуальные системы в управлении : учеб.-метод. комплекс / В. А. Вишняков ; Мин. ин-т упр. – Минск : МИУ, 2010. – 364 с.
15. Кирхлер, Э. Дизайн работ в организациях : пер. с нем. / Э. Кирхлер, Э. Хельцл. – Харьков : Гуманитар. Центр, 2003. – 212 с.
16. Полукаров, В. Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. пособие / В. Л. Полукаров, С. Н. Рощупкин, К. А. Кобулашвили ; Обществ. центр поддержки деятельности Администрации Президента Рос. Федерации ; под общ. ред. А. Г. Самохвалова. – М. : Кнорус, 2006. – 350 с.
17. Психология дизайна и рекламы : [секреты PR-технологий] / сост. С. А. Сидоров. – Минск : Современ. шк., 2009. – 254 с.
18. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Л. М. Дмитриева [и др.] ; под ред. Л. Д. Дмитриевой. – М. : Экономистъ, 2006. – 638 с.
19. Рубашный, В. С. Инновационный менеджмент и интеллектуальная собственность : курс лекций / В. С. Рубашный. – Минск : ФУАинформ, 2007. – 368 с.
20. Сурина, М. О. История образования и цветодидактики: история систем и методов обучения цветку / М. О. Сурина, А. А. Сурин. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2003. – 348 с.

21. Трусъ, А. А. Управленческие решения: психологический аспект : учеб. пособие для студентов вузов по специальностям психологии и упр. / А. А. Трусъ. – Минск : Изд-во Гревцова, 2011. – 144 с

22. Управленческое консультирование: индустрия знаний, символический капитал или новая мода / под ред. М. Киппинга, Л. Энгвелла ; пер. [с англ.] и науч. ред. П. К. Власова. – Харьков : Гуманитар. Центр, 2008. – 416 с.

23. Хилл, Н. Добейся успеха с помощью позитивного мировосприятия : пер. с англ. / Н. Хилл, У. К. Стоун. – 2-е изд. – Минск : Попурри, 2009. – 400 с.

24. Шарипов, Ф. В. Психологические основы менеджмента : учеб. пособие / Ф. В. Шарипов. – М. : Владос-Пресс, 2008. – 293 с.