

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета МАИС
Кот Ю.В.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ДИСЦИПЛИНЕ
START-UP В ДИЗАЙНЕ

Направление подготовки 54.04.01 Дизайн.

Профиль подготовки ЦИФРОВОЙ ДИЗАЙН

Квалификация выпускника магистр

Форма обучения очная

Химки

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины образовательной программы по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн. Цифровой дизайн, профиля Креативный дизайн. Дисциплина «Start-up в дизайне» изучается в 3 и 4 семестрах. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Маркетинговая практика, Преддипломная практика, Выполнение и защита ВКР .

Цели 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.

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;

В процессе освоения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции: УК-3, УК-6, ОПК-4, ПК-1, ПК-3

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 целеназначению 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 обучающийся должен:

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

Оценочные средства освоения дисциплины обучающимся включают:

- ☐ текущую аттестацию;
- ☐ рубежную аттестацию;

□ промежуточную аттестацию.

Текущая аттестация (контроль формирования компетенций) осуществляется постоянно, начиная с первой недели семестра. Средствами текущей аттестации является контроль готовности к занятиям, учитывающий посещение занятий студентом; его готовность к семинарским занятиям, подготовка докладов и презентаций в процессе самостоятельной работы. Результаты текущей аттестации преподаватель фиксирует в журнале учебной группы, где указывает посещение и качество аудиторной работы студента.

Рубежная аттестация осуществляется по окончании освоения раздела «Start-up в дизайне». Рубежная аттестация проводится в виде семинара: развернутая беседа с обсуждением доклада/презентации заданий по 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 2, 3 и 4 семестра.

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

2. Методические рекомендации по заданиям текущей аттестации: сбор материала по темам разделов

Рекомендуется начинать изучать источники с общей информации по выбранной теме научно-исследовательской работы с учебников и монографий, затем переходить к публикациям более узкой тематики. На этом этапе можно начинать составлять список использованных источников. На основе анализа документов выявляется круг задач по теме дисциплины, которые ставятся во введении, решаются в основной части, выводы по результатам решения задач кратко излагаются в конце каждого раздела и в заключении.

Все источники делятся на первичные и вторичные. К первичным относятся первоиздания или академические издания, акты, оригинальные документы, протоколы, статистические данные и т. д. Вторичными считаются те источники, в которых исходные прошли правку, переосмысление, цензуру – статьи, обзоры, перепечатки.

Для написания научной работы возможно использовать монографии, теории, авторефераты, сборники статей, материалы научных конференций, статьи и рецензии, научные журналы.

При подборе литературы следует советоваться с преподавателем.

Посетить библиотеку вуза лично или воспользоваться электронным каталогом для поиска литературы.

Так же источником информации становятся интернет-ресурсы. Критично относитесь к информации из сети интернет. Необходимо обращать внимание на репутацию сайта, на котором изложена информация. Рекомендуются электронные ресурсы библиотеки, электронно-библиотечные системы, электронные библиотеки.

3. Методические рекомендации по заданиям рубежной аттестации: опрос

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.

4. Методические рекомендации и информационное обеспечение дисциплины:

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).

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

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

Доступ в ЭБС:

ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ».

ООО «Издательство Лань».

ООО «Компания Ай Пи Ар Медиа».

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Планы семинарских

Планы семинарских занятий:

Тема 1(2 ч.) (введение во внутреннее предпринимательство.)

Вопросы для обсуждения:

1. *Понятие интрапренерства: что такое и как развивать внутреннее предпринимательство в компании*
2. *Причины внедрять внутреннее предпринимательство*
3. *Организационные особенности и предпосылки: когда внедрение обернется для компании успехом, а когда провалом*
4. *Разница в масштабе мышления у сотрудников консервативной компании и компании, построенной на системе интрапренерства*

Список литературы:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496848> (дата обращения: 28.02.2022).
2. Белый, Е. М. Управление стартапами в социальном предпринимательстве : учебное пособие / Е. М. Белый ; под редакцией Е. М. Белого. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 174 с. — ISBN 978-5-88866-811-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/166061> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Ицаков, Е. Д. Учебно-методическое пособие по проведению учебно-практического курса "Стартап как проект" : учебно-методическое пособие / Е. Д. Ицаков. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 28 с. — ISBN 978-5-85006-309-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/198995> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Безруких, Ю. А. Экономико-технологические основы развития общества : учебное пособие / Ю. А. Безруких, Е. В. Мельникова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147589> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489019> (дата обращения: 28.02.2022).

Тема 2(2 ч.) (Обзор существующих сатрапов: отечественных и зарубежных)

Вопросы для обсуждения:

1. *Предпринимательский дух и как его воспитать*
2. *Сложности и инструменты удержания сильных внутренних предпринимателей*
3. *Что такое культура результата*
4. *Примеры и кейсы успешного внедрения интрапренерства в российских корпорациях*
5. *Примеры и кейсы успешного внедрения интрапренерства в зарубежных корпорациях*

Список литературы:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496848> (дата обращения: 28.02.2022).
2. Белый, Е. М. Управление стартапами в социальном предпринимательстве : учебное пособие / Е. М. Белый ; под редакцией Е. М. Белого. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 174 с. — ISBN 978-5-88866-811-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/166061> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Ицаков, Е. Д. Учебно-методическое пособие по проведению учебно-практического курса "Стартап как проект" : учебно-методическое пособие / Е. Д. Ицаков. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 28 с. — ISBN 978-5-85006-309-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/198995> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Безруких, Ю. А. Экономико-технологические основы развития общества : учебное пособие / Ю. А. Безруких, Е. В. Мельникова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147589> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489019> (дата обращения: 28.02.2022).
- 6.

Тема 3(2 ч.) (Чему учиться у стартап-команд и как запускать новые решения быстро эффективно.)

Вопросы для обсуждения:

1. Как сегодня запускаются новые продукты в компаниях и чем это отличается от работы стартап-команд;
2. *Lean startup*
3. особая коммуникация с пользователями
4. особая мотивация и отношение к проекту
5. культура результата «культура плюс»
6. гибкое построение командной работы над проектом
7. Причины, по которым новые продукты у стартапов выходят быстрее и больше подходят потребителям, чем у крупных компаний.
8. Типичные ошибки быстрого запуска новых продуктов и пользовательских решений..

Список литературы:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496848> (дата обращения: 28.02.2022).

2. Белый, Е. М. Управление стартапами в социальном предпринимательстве : учебное пособие / Е. М. Белый ; под редакцией Е. М. Белого. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 174 с. — ISBN 978-5-88866-811-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/166061> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Ицаков, Е. Д. Учебно-методическое пособие по проведению учебно-практического курса "Стартап как проект" : учебно-методическое пособие / Е. Д. Ицаков. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 28 с. — ISBN 978-5-85006-309-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/198995> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Безруких, Ю. А. Экономико-технологические основы развития общества : учебное пособие / Ю. А. Безруких, Е. В. Мельникова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147589> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489019> (дата обращения: 28.02.2022).

Тема 4(2 ч.) (*Lean Startup и другие инструменты для работы в корпорациях.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Бизнес-моделирование*
2. *Customer Development и дизайн-мышление*
3. *Создание минимального работоспособного продукта (MVP) и прототипирование*
4. *Soft Launch — первые тесты продукта: как и где, сколько денег тратить, на что обращать внимание при тестировании.*

Список литературы:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496848> (дата обращения: 28.02.2022).
2. Белый, Е. М. Управление стартапами в социальном предпринимательстве : учебное пособие / Е. М. Белый ; под редакцией Е. М. Белого. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 174 с. — ISBN 978-5-88866-811-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/166061> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Ицаков, Е. Д. Учебно-методическое пособие по проведению учебно-практического курса "Стартап как проект" : учебно-методическое пособие / Е. Д. Ицаков. — Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 28 с. — ISBN 978-5-85006-309-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/198995> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Безруких, Ю. А. Экономико-технологические основы развития общества : учебное пособие / Ю. А. Безруких, Е. В. Мельникова. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-

библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147589> (дата обращения: 28.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489019> (дата обращения: 28.02.2022).

Тема 5(2 ч.) (Приоритезация задач при запуске инновационных решений.)

Вопросы для обсуждения:

1. *Приоритезация задач при запуске инновационных решений: что делаем в первую очередь, что — в последнюю.*
2. *HADI-циклы: быстрое и эффективное движение вперед*
3. *Сторителлинг и питчинг: как интересно рассказывать клиентам и партнерам о создании новых продуктов и своих идеях.*
- 4.

Список литературы:

1. 1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнішнікова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290631> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 6(2 ч.) (Формирование идеи стартапа как инновационного проекта.)

Вопросы для обсуждения:

1. *Алгоритм и методология дизайн-мышления: эмпатия, фокусировка, идеи, прототипирование, тестирование инновационных решений.*
2. *Проектирование оптимальных ценностных предложений с помощью дизайн-мышления и Customer Development. Углублённый разбор методик VP Canvas.*
3. *Customer Development: четкое определение и приоритезация клиентских сегментов, поиск и формулировка проблем пользователей, генерирование и тестирование гипотез, подготовка, проведение и анализ интервью с клиентами и пользователями. HADI-циклы*

Список литературы:

1. Бесплатный тест анализа личности онлайн <http://testosa.ru/>
2. Перлз "Гештальт-подход. Свидетель терапии".

3. Энрайт "Гештальт, ведущий к просветлению".
4. Иванова, Лебедева "Путешествие в гештальт".
5. Перлз "Теория гештальт-терапии"
6. Жан-Мари Робин "Гештальт-терапия".
7. Йонтеф "Осознавание, диалог и процесс терапии".

Тема 7(2 ч.) (*Выбор проектного менеджера (человека или организации)*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Примеры и кейсы успешного решения в российских корпорациях*
2. *Примеры и кейсы успешного решения в американских корпорациях*
3. *Примеры и кейсы успешного решения в европейских корпорациях*
4. *Примеры и кейсы успешного решения в азиатских корпорациях*

Список литературы:

1. Перлз "Гештальт-подход. Свидетель терапии".
2. Энрайт "Гештальт, ведущий к просветлению".
3. Иванова, Лебедева "Путешествие в гештальт".
4. Перлз "Теория гештальт-терапии"
5. Жан-Мари Робин "Гештальт-терапия".
6. Йонтеф "Осознавание, диалог и процесс терапии".

Тема 8(2 ч.) (*Бизнес – акселератор.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *Определение Бизнес – акселераторе*
2. *Возможность пройти обучающую программу.*
3. *Нетворкинг и множество полезных контактов — как среди участников акселератора, так и среди экспертов.*
4. *Возможность заключить контракт с корпорацией в упрощенном порядке.*
5. *Поддержку трекера — человека с бизнес-опытом, у которого есть или был собственный бизнес или который помог запустить и масштабировать большое количество проектов и хорошо ориентируется в различных сферах бизнеса. С ним вы регулярно встречаетесь, обсуждаете гипотезы, тестируете и обсуждаете результаты. Трекер помогает связями в силу того, что знает много инвесторов и сотрудников корпораций.*
6. *Возможность представить свой проект перед инвесторами и привлечь инвестиции.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнішнікова //

Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290631> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 9 (2 ч.) (Поиск стартового капитала.)

Вопросы для обсуждения:

1. *Примеры и кейсы успешного решения в российских корпорациях*
2. *Примеры и кейсы успешного решения в американских корпорациях*
3. *Примеры и кейсы успешного решения в европейских корпорациях*
4. *Примеры и кейсы успешного решения в азиатских корпорациях*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнішнікова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290631> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 10(2 ч.) (Типы Agile-методологий)

Вопросы для обсуждения:

1. *Scrum. Работа в этой методике строится по итерациям. Все задачи, необходимые для завершения продукта, формируются в специальный перечень — бэклог, а главная роль отведена заказчику, который определяет вид и функционал продукта.*
2. *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 M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. —

- Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
 3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольников // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290631> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 11(2 ч.) (Принципы Agile.)

Вопросы для обсуждения:

1. *Люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов. Поэтому методология подходит как небольшим стартапам, так и крупным корпорациям. Не важно, где происходит общение и ставятся задачи — в чате Telegram или в таск-менеджере, — главное, чтобы все участники процесса понимали цели проекта и знали, что происходит на текущем этапе.*
2. *Работающий продукт важнее исчерпывающей документации. Благодаря этому принципу разработка Agile начинается быстрее — уже на первых этапах вместо составления объемного технического задания создаются и тестируются прототипы, на которых проверяются гипотезы.*
3. *Сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта. Работа по методологии Agile предполагает активное участие клиента, поэтому она не подходит заказчикам, которые не готовы вникать в работу, уделять со своей стороны достаточно времени проекту и экспериментировать.*
4. *Готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану. Этот принцип — фундамент гибкой разработки. Невозможно идеально распланировать все заранее, а некоторые светлые идеи приходят именно в процессе работы над продуктом. Agile позволяет концентрироваться на задачах, которые важны сейчас, и не тратить ресурс на продумывание двух-трех шагов наперед.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ

ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнішнікова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290631> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 12(2 ч.) (*Как устроена Agile-команда.*)

Вопросы для обсуждения:

1. *product owner*;
2. *project-менеджеры*;
3. *UX-дизайнеры*;
4. *технические писатели*;
5. *разработчики (тип разработчика зависит от профиля проекта)*;
6. *тестировщики*.

Список литературы:

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

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 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 17(2 ч.) (*Типы команд.*)

Вопросы для обсуждения:

1. Составляющий бенчмаркинга

2. *Цель*
3. *Задачи*
4. *4 уровня изучения*
5. *Правила*
6. *Виды бенчмаркинга*
7. *Вид 1. Внутренний*
8. *Вид 2. Внешний*
9. *Что сравнивается в процессе*
10. *Шаг 1. Отбор показателей*
11. *Шаг 2. Составление критериев оценки*
12. *Шаг 3. Выбор компании*
13. *Шаг 4. Сбор информации*
14. *Шаг 5. Анализ и адаптация*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольников // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290631> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 18(2 ч.) *(Динамика команды в контексте развития компании.)*

Вопросы для обсуждения:

1. *Привести пример и раскрыть возможное визуальное и лингвистическое позиционирование личного бренда в графическом дизайне.*
2. *Ассоциативное проектирование своего бренда*
3. *поиск метафоры на примере личного бренда в графическом дизайне,*
4. *создание метаморфозы на примере личного бренда в графическом дизайне.*

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

<https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнішнікова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290631> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 19(2 ч.) (*Принципы формирования, удержания, мотивации и развития команды инновационного проекта.*)

Вопросы для обсуждения:

1. Привести пример и раскрыть старение бренда: признаки, методы их выявления.
2. Показатели старения бренда.
3. Появление новых конкурентов
4. Изменение потребностей
5. Старение аудитории
6. Мода
7. Модернизация рынка
8. Точки контакта бренда.
9. Омоложение бренда.

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольнішнікова // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290631> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 20(2 ч.) (*Команда как форма работы коллективов в исторической ретроспективе.*)

Вопросы для обсуждения:

1. Показатели старения бренда.
2. Точки контакта бренда.
3. Омоложение бренда.
4. Понятие: Ребрендинг.
5. Понятие: Рестайлинг.
6. Понятие: Фандрайзинг.

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. Окольников // Вестник Удмуртского университета. — 2011. — № 1(серия 2). — С. 74-85. — ISSN 1810-5505. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/290631> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Тема 21(2 ч.) (*Подходы и цикл управления изменениями и корпоративной трансформацией: подготовка и презентация «неизбежности» перемен, работа с лидерами изменений и трансформации, управление сопротивлением и поэтапная модель внедрения изменений.*)

Вопросы для обсуждения:

1. Примеры и кейсы успешного решения в российских корпорациях
2. Примеры и кейсы успешного решения в американских корпорациях
3. Примеры и кейсы успешного решения в европейских корпорациях
4. Примеры и кейсы успешного решения в азиатских корпорациях

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. 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 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. 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 24(2 ч.) (Способы развития гибкости во взаимодействии внутри корпорации и развитие кросс-функциональной коммуникации. Формирование и поддержание самоорганизующихся команд в работе над инновационными проектами.)

Вопросы для обсуждения:

1. Роли в рамках кросс-функциональной команды
2. Product Owner — отвечает за продукт: формирование требований, работа с roadmap и backlog продукта, планирование релизов, анализ обратной связи, общение со стейкхолдерами;
3. Scrum Master — помогает команде и РО с развитием Agile культуры: следит за следованием Scrum, фасилитирует активности, помогает устранить конфликты и препятствия;
4. Команда Разработки — специалисты в области Back-end, Front-end, Mobile dev, UX/UI, QA, BA и другие.
5. Преимущества кросс-функционального подхода
6. Быстрая проверка гипотез; Частая поставка продукта; Открытость; Равенство участников
7. Roadmap продукта; Backlog команды; Минимум внешних зависимостей достигается за счет кросс-функционального состава команды.
8. Сбалансированный состав команды соблюдение баланса является вполне логичным требованием.;
9. Общий уровень Agile культуры и осведомленности о практиках критичен для успеха команды и Здравый смысл

Список литературы:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490449> (дата обращения: 20.02.2022).
2. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2011. — 576 с. — ISBN 978-5-8114-1241-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 20.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Боброва, Е.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Е.А. Боброва, О.У. Юлдашева, И.Ю. 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. 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 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.

5. 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.

6. 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.