

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт ИГДиС

Кафедра «Городское строительство, архитектура и дизайн»

Утверждено на заседании кафедры
«Городское строительство, архитектура
и дизайн»
«14» 01 2019г., протокол №8

Заведующий кафедрой



К.А. Головин

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
54.03.01 Дизайн

с направленностью (профилем)
графический дизайн

Форма обучения: очно-заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 54 03 01-01-19

Тула 2019 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
рабочей программы дисциплины (модуля)

Разработчик:

Морозова Л.А. доц., к.т.н., доц.

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины (модуля) является формирование знаний, умений, навыков, и компетенций в организации дизайнерской деятельности и использование на практике нормативно-правовых документов.

Задачами изучения дисциплины (модуля) является:

- познакомить студентов с западными моделями организации и управления творческих проектных коллективов (дизайн и архитектурные бюро, web-канторы, рекламные агентства, директора фирм, заказывающие креативные услуги и всех тех, кто заинтересован в успехе креативного бизнеса и творческого процесса);
- познакомить студентов с организацией творческого бизнеса в России, а также с преимуществами и проблемами этой деятельности в регионах (в частности Тульской области);
- осветить проблемы, возникающие при работе с клиентами;
- познакомить студентов с типовым договором по оказанию дизайнерских и рекламных услуг;
- познакомить студентов с рынком труда дизайнерских услуг;
- познакомить студентов с основами правового регулирования дизайнерских услуг;
- познакомить студентов с работой фрилансеров;
- познакомить студентов с лидерами творческой индустрии.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) относится к базовой части основной профессиональной образовательной программы. Дисциплина (модуль) изучается в 7 семестре.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями), установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведен ниже.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

1. Функции и задачи учреждений и организаций, фирм, структурных подразделений, занимающихся вопросами дизайна (код компетенции ОК -7).
2. Нормативно- правовые документы, регулирующие дизайнерскую деятельность (код компетенции ПК-11);
3. Социальные и этические нормы поведения в нестандартных ситуациях (код компетенции ОК - 11)

Уметь:

1. Находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (код компетенции ОК-7) ;
2. руководить коллективом и работать с коллегами в сфере своей профессиональной деятельности (код компетенции ПК-11).
3. действовать в нестандартных ситуациях (ОК-11)

Владеть:

1. навыками самообразования: поиском, сбором и анализом информации, необходимой для разработки дизайн- проектов (код компетенции ОК-7);
2. навыками разработки проектной документации на основе нормативно-правовых актов (код компетенции ПК-11).
3. нормативно-правовой базой в области дизайна (код компетенции ОК-11)

4 Объем и содержание дисциплины (модуля)**4.1 Объем дисциплин (модуля), объем контактной и самостоятельной работы обучающегося при освоении дисциплины (модуля), формы промежуточной аттестации по дисциплине**

Номер семестра	Формы промежуточной аттестации	Общий объем в зачетных единицах	Общий объем в академических часах	Объем контактной работы в академических часах						Объем самостоятельной работы в академических часах
				Лекционные занятия	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Клинические практические занятия	Консультации	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения										
7	Э, КР	4	144	36				3	0,5	104,5
Итого	Э, КР	4	144	36				3	0,5	104,5

Условные сокращения: Э – экзамен, ЗЧ – зачет, ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой), КП – защита курсового проекта, КР – защита курсовой работы

4.2 Содержание лекционных занятий

№ п/п	Темы лекционных занятий
	<i>7 семестр</i>
1	Организация творческой и производственной деятельности проектных коллективов.
2	Организация творческой и проектной деятельности дизайнеров.
3	Правовое регулирование дизайнерской деятельности в России и за рубежом
4	Персоны дизайнерской индустрии.

4.3 Содержание практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.4 Содержание лабораторных работ

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.5 Содержание клинических практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.6 Содержание самостоятельной работы обучающегося

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
<i>7 семестр</i>	
1	Курсовая работа. Объем КР – не менее 15 стр. машинописного текста (шрифт Times New Roman 14, интервал – полуторный), графический материал, видеозаписи, представленные на DVD- дисках
2	Анализ рынка дизайнерских бюро Тульского региона. Выбрать дизайнерское бюро, в котором вы могли разместить свой заказ (с учетом профиля специальности)
3	Задание на ситуацию: вы пришли устраиваться на работу в дизайн-бюро. Смоделируйте ситуацию (собеседование, конкурсный отбор, анкета и т.д.)
4	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

5 Система формирования оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося			Максимальное количество баллов
<i>7 семестр</i>			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Работа с интернет ресурсами	16
		Посещение лекционных занятий	14
		Итого	30
	Второй рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Работа с интернет ресурсами	8
		Посещение лекционных занятий	8
		Подготовка видеопрезентации	14
		Итого	30
	Промежуточная аттестация		
	Экзамен		40 (100*)
	Защита курсовой работы		100

Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Система оценивания результатов обучения	Оценки			
	0 – 39	40 – 60	61 – 80	81 – 100
Стобалльная система оценивания				
Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы)	Неудовле- творительно	Удовлетво- рительно	Хорошо	Отлично
Академическая система оценивания (зачет)	Не зачтено	Зачтено		

6 Описание материально-технической базы (включая оборудование и технические средства обучения), необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) требуется учебная аудитория, оборудованная доской для написания мелом, настенным экраном, видео-проектором, компьютером, колонками (лекционные, практические (семинарские) занятия), ПК с возможностью подключения к локальным сетям и Интернету.

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Шарков, Ф.И. Правовое регулирование коммуникационной деятельности: в рекламе, связях с общественностью, журналистике : учеб. пособие для изучения курсов / Ф.И. Шарков; Междунар. акад. бизнеса и упр.; Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. — М. : Дашков и К, 2008. — 324 с. — Библиогр.: с. 310-313. — ISBN 978-5-91131-494-1 / в пер. / : 195.00.
2. Зверева Е.А. Правовое регулирование информационного обеспечения предпринимательской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] / Зверева Е.А. — Электрон. текстовые данные. — М.: Когито-Центр, 2004. — 296 с. ISBN 5-89353-144-2 — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15289>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Бердышев С.Н. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2010. — 178 с. ISBN 978-5-394-00136-9 — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/851>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
4. Сорокач О.В. Мастер-класс по работе с клиентами [Электронный ресурс] / Сорокач О.В. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 96 с. — ISSN 2227-8397 Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/839>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
5. Бердышев С.Н. Технологии работы с трудными клиентами [Электронный ресурс] / Бердышев С.Н. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2010. — 148 с. — ISBN 978-5-91131-882-6 Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1144>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю
6. Кашин В.К. Организация консультант-клиентских отношений [Электронный ресурс]: учебное пособие / Кашин В.К. — Электрон. текстовые данные. — М.: Евразийский

открытый институт, 2009.— 62 с.— ISBN 978-5-374-00284-3 Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/10739>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

7.2 Дополнительная литература

1. Савельев А.О. HTML 5. Основы клиентской разработки [Электронный ресурс]/ Савельев А.О., Алексеев А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2012.— 166 с. ISSN 2227-8397— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16680>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Клепик М.С. Увеличение продаж без особых материальных затрат. Клиентинг без бюджета [Электронный ресурс]/ Клепик М.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 88 с. ISBN 978-5-394-01811-4— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14627>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Федеральный закон "О рекламе" : постатейный комментарий .— М. : Статут, 2012 .— 462 с. — Дар юридического ф-та ТулГУ ТулГУ : 1333845 .— ISBN 978-5-8354-0808-5.
4. Закон РФ Об авторском праве и смежных правах
5. Проектирование в графическом дизайне : учебник для вузов / С. А. Васин [и др.] ; под ред. С. А. Васина .— М. : Машиностроение-1, 2007 .— 320с. : ил. — (Для вузов) .— Библиогр.в конце кн. — ISBN 5-94275-3172 /в пер./ : 500.00 .— ISBN 978-5-94275-317-71.
6. Иншакова, Н.Г. Рекламный текст:редакторский взгляд / Н.Г.Иншакова .— М. : МедиаМир, 2007 .— 288с. — (Практикум рекламиста) .— ISBN 978-5-91177-016-7 : 307.69
7. Назайкин, А.Н. Рекламный текст в современных СМИ : практ.пособие / А.Н.Назайкин .— М. : Эксмо, 2007 .— 352с. — (Профессиональные издания для бизнеса) .— Библиогр.в конце кн. — ISBN 5-699-18344-2 /в пер./ : 246.16.
8. Гарфилд, Garfield В. Десять заповедей рекламы / Б.Гарфилд .— М.[и др.] : Питер, 2006 .— 256с. — Парал.тит.л.англ. — ISBN 5-469-00602-6 /в пер./ : 105.27.
9. Джонс, Jones J.P. Мифы,небылицы и факты о рекламе.Анализ 28 самых живучих мифов / Д.Ф.Джонс .— М. : Омега-Л, 2006 .— 336с. — Парал.тит.л.англ. — Библиогр.:с.292-300 .— ISBN 5-365-00232-6 : 235.42.
10. Николайшвили, Г.Г. Социальная реклама. Теория и практика : учеб. пособие для вузов / Г. Г. Николайшвили .— М. : Аспект Пресс, 2008 .— 184 с. — Библиогр.: с. 178-181 .— ISBN 978-5-7567-0489-1 (в пер.) : 116,00.
11. Карпова, С.В. Рекламное дело : учеб.-метод.пособие и практикум / С.В.Карпова .— М. : Финансы и статистика, 2007 .— 224с. — Библиогр.в конце гл. — ISBN 978-5-279-02959-4 : 126.91.
12. Лебедев-Любимов, А.Н. Психология рекламы / А.Н.Лебедев-Любимов .— 2-е изд. — М.[и др.] : Питер, 2007 .— 384с. : ил. — (Мастера психологии) .— Библиогр.в конце кн. — ISBN 5-469-01094-5 /в пер./ : 151.75.
13. Интеллектуальная собственность.Авторское право и смежные права : научно-практический журнал .— 2013-2014 М., .— На рус.яз.-Выходит 12 раз в год.-Россия .— ЧЗПИ .— ежемесячно .— ISSN 0201-7059
14. Рекламодатель М. : ИД "Имидж-Медиа", 2012 №№ 1-6, 2013 №№ 6-12, 2014 №№ 1-6. — На рус.яз., — Выходит 12 раз в год. —Россия. — ЧЗПИ.- ежемесячно
15. Как:журнал о графическом дизайне. — М. : DesignDepot, 2012 №№ 1-4, 2013 №№ 1-4, 2014 №№ 1-2 — На рус.яз. — Выходит один раз в квартал. — Россия. — ЧЗПИ.- ежеквартально. — ISSN 1609-0284

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://naruzhnayareklama.ru/> - статьи о различных видах рекламы

3. <http://tutdesign.ru/cats/books/> - блог о дизайн-графике
4. <http://www.advesti.ru/publish/design/> - статьи о дизайне в рекламе
5. <http://designyoutrust.com/> - статьи и блоги на связанную с дизайном тематику;
6. <http://rosdesign.com/design/design.htm/> - статьи о дизайне
7. <https://tsutula.bibliotech.ru/Account/OpenID> - Тульский государственный университет. Электронно-библиотечная система.
8. http://library.tsu.tula.ru/ellibraries/all_news.htm - Новости электронных библиотек
9. <http://www.bibliorossica.com/index.html> - БиблиоРоссика.
10. <http://library.tsu.tula.ru/ellibraries/dl3.htm> - Научная библиотека Тульского государственного университета. Электронные библиотеки.

9 Перечень информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1 Перечень необходимого ежегодно обновляемого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Пакет программ Open Office;
2. Пакет программ «МойОфис»

9.2 Перечень необходимых современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Компьютерная справочная правовая система КонсультантПлюс.