

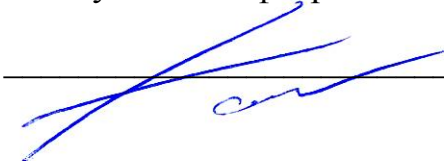
МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Институт горного дела и строительства  
Кафедра «Городское строительство, архитектура и дизайн»

Утверждено на заседании кафедры  
«ГСАиД»  
«16» января 2020 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой ГСАиД

 К.А. Головин

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
по выполнению курсовой работы  
по дисциплине (модулю)  
«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: *очная*


Идентификационный номер образовательной программы: 540301-01-20

Тула 2020 год

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

**Разработчик(и) методических указаний:**

Морозова Любовь Анатольевна, доц. каф. ГСАиД, ктн доц.  
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)

## Содержание

<b>1. Цель и задачи курсовой работы.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Основные требования к курсовой работе.....</b>	<b>4</b>
2.1. Тематика курсовой работы.....	4
2.2. Исходные данные к курсовой работе .....	5
2.3. Задание на курсовую работу .....	5
2.4. Объем курсовой работы.....	6
2.5. Работа над курсовой работой.....	6
2.6. Защита курсовой работы.....	6
<b>3. Методические указания к работе над курсовой работой.....</b>	<b>7</b>
3.1.План построения и содержания пояснительной записки .....	7
3.2. Методические указания по выполнению отдельных разделов курсовой работы.....	7
3.3. Оформление пояснительной записки .....	10
<b>Список использованной литературы</b>	

**1. Цель и задачи курсовой работы:** подготовить студентов к практической работе при организации проектной деятельности. Научить разбираться в функциях и задачах учреждений и организаций, фирм, структурных подразделений, занимающихся вопросами дизайна; пользоваться нормативными документами.

## **2. Основные требования к курсовой работе:**

### **2.1. Тематика курсовой работы:**

1. Современные тенденции деятельности дизайнерских бюро.
2. Стафф – дизайн на отечественных и зарубежных предприятиях
3. Учебный дизайн в России и за рубежом.
4. Теория профессора Гарвардской школы бизнеса Д. Митсшера
5. Организационные формы осуществления рекламы в ведущих странах
6. Организация деятельности дизайнерских бюро Тульского региона
7. Исследования работы успешных дизайнерских бюро на примере А. Лебедева.
8. Исследование работы успешных российских дизайнеров на примере А. Пирожкова.
9. Я-фрилансер
10. Исследование работы голландского дизайна. В чем залог успеха?
11. Дизайн Ф. Старка
12. Карим Рашид и его взгляд на дизайн.
13. Правовое регулирование дизайнерской деятельности в России
14. Правовое регулирование дизайнерской деятельности за рубежом.
15. Формы оплаты дизайнерской деятельности в России и за рубежом.
16. Как набирать кадры с открытого рынка труда.
17. Проведение конкурсов для набора кадров: анкета «комсостава» ; «тест на профессиональность»; анализ удовлетворенности потребностей ; тест Белбина.

18. Как набирать кадры: принципы эффективного набора.
19. Как сохранить с клиентом хорошие отношения.

## **2.2. Исходные данные к курсовой работе**

Студент согласно своему номеру в журнале выбирает тему курсовой работы из предложенных тем (преподаватель, по своему усмотрению, может выдать студенту другую тему)

## **2.3. Задание на курсовую работу**

Задание на курсовую работу выдается студенту на бланке задания, на второй неделе начала учебных занятий. Студент обязан приложить бланк задания к пояснительной записке

## **2.4. Объем курсовой работы**

Объем курсовой работы 15-20 листов машинописного текста. Работа поясняется визуальным рядом (диски, видео и т.д.)

Оформление пояснительной записки см. п. 3.3

## **2.5. Работа над курсовой работой**

Проходит в течение всего семестра. Преподаватель назначает день консультации.

Работу необходимо сдать преподавателю на проверку не позднее начала зачетной недели. Первый день зачетной недели является последним днем приема на проверку. После проверки работы и ее одобрения, студент должен получить рецензию на работу, после чего преподаватель назначает день защиты. Защита курсовой работы проходит публично: перед комиссией

## **2.6. Защита курсовой работы**

Выполнение курсовой работы оценивается в 100 баллов, из которых 35 – качество рукописи, 5 – оценка рецензента, 20 – качество доклада, 40 – уровень защиты.

Курсовую работу необходимо сдать преподавателю на проверку не позднее начала зачетной недели. Первый день зачетной недели – последний день приема работы на проверку. После одобрения работы преподавателем (подпись к защите) студенту устанавливается День защиты.

К защите работы студент должен получить независимую рецензию на работу, которая прикладывается к пояснительной записке.

Защита курсовой работы происходит публично: перед комиссией из 2-3 преподавателей кафедры. В течение 5 максимум 10 мин студент логично и внятно должен изложить суть работы, если это необходимо, прокомментировать выступление видеорядом.

### **3. Методические указания к работе над курсовой работой:**

#### **3.1. План построения и содержания пояснительной записки:**

- Титульный лист
- Содержание
- Введение
- Основная часть
- Заключение
- Список использованных источников

#### **3.2. Методические указания по выполнению отдельных разделов курсовой работы:**

Например, тема курсовой работы: "Я - фрилансер"

*Титульный лист*

*Содержание*

*Введение*

Коротко изложите суть деятельности фрилансера ( свободная деятельность дизайнера)

*Основная часть*

*План*

1. Фрилансеры на Западе.
2. Фрилансеры в России
3. Выгода фриланса для работодателя
4. Психологические проблемы фриланса
5. Совмещение фриланса и Full- тайма.
6. Как получить деньги за работу.
7. Формы оплаты.
8. Как выходить из ситуации, если возникли разногласия с клиентом.
9. Как вести переговоры с клиентом
- 10.Создайте текст объявления для сайта и электронной почты.

### *Заключение*

Минусы и плюсы работы фрилансера. Можете ли вы стать фрилансером.

### *Список литературы*



### 3.3. Оформление пояснительной записки

Пояснительная записка оформляется на сброшюрованных листах формата А4 (ГОСТ 2.301-68). Текст пишется аккуратно с оставлением полей: левого – 3 см, по правого – 2 см, верхнего и нижнего – 2 см (таблица 1). Сокращение слов, кроме принятых, не допускается. При оформлении записки на компьютере текст должен быть набран в редакторе Word 6.0/ 97/ 2000 для Windows 95/ 98/ NT. Требования к оформлению текста в редакторе Word представлены в таблице 1.

Нумерация страниц сквозная, проставляется в правом верхнем углу. Первой страницей является титульный лист, на котором номер страницы не ставится, далее идут содержание и изложение всего материала.

В конце пояснительной записки приводится список литературы, которая была использована при ее составлении, под заголовком «Список использованных источников». Список и ссылки на него в тексте оформляются по ГОСТ 7.32 -91. В список следует включить все использованные источники в порядке появления ссылок в тексте записки или в алфавитном порядке. При ссылке в тексте на источники приводят порядковый номер по списку, заключенный в квадратные скобки, например: [32].

Иллюстрации имеют сквозную нумерацию. При ссылках на иллюстрации в тексте следует писать, например: *"в соответствии с рисунком 3.1"*. Иллюстрации могут иметь наименование и пояснительные данные. Слово *"Рисунок"* и наименование помещают после пояснительных данных и располагают следующим образом: *"Рисунок 1- логотип кондитерской фабрики "Красный Октябрь" "*.

Требования к оформлению текста пояснительной записки в редакторе Word

Формат бумаги	А4 (210 ×297)
Гарнитура текста	Times New Roman Cyr
Кегль (размер шрифта)	14
Межстрочный интервал	Полуторный
Абзац (красная строка)	1.5 см
Перенос	Автоматический

Выравнивание	По ширине листа
Поля (правое, левое, верхнее, нижнее)	2 см
Редактор формул	Microsoft Equation 2.0/3.0
Размеры:	
обычный;	12
крупный индекс;	8.4
мелкий индекс;	7.2
крупный символ;	16
мелкий символ	9

Пояснительную записку необходимо скрепить степлером, положить в папку-файл или скоросшиватель. Пояснительную записку представляется в бумажном варианте и на электронном носителе(CD-диске).

*Образец оформления титульного листа*  
**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

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

Институт горного дела и строительства  
Кафедра «Городское строительство, архитектура и дизайн»

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

на тему:

**СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В  
РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

по дисциплине

**ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

выполнил:

студ. гр.321481 П.Ю. Иванов

проверил:

доц. к. т. н. Л.А. Морозова

Тула 2019 г.

## Список использованной литературы

### 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 .— 324с. — 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

### *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 и моделирование промышленных изделий: Учеб. Пособие для вузов/ С. А. Васин, А.Ю. Талащук, В.Г. Бандорин, А.Ю. Грабовенко, Л. А. Морозова, В.А. Редько; Под ред. С.А. Васина, А.Ю. Талащука. – М.: Машиностроение –1, 2004, ил.
6. Проектирование в графическом дизайне : учебник для вузов / С.А.Васин [и др.];под ред.С.А.Васина .— М. : Машиностроение-1, 2007 .— 320с. : ил.
7. Иншакова, Н.Г. Рекламный текст: редакторский взгляд (Практикум рекламиста), М.: МедиаМир, 2007г. - 288с.
8. Назайкин, А.Н. Рекламный текст в современных СМИ: практ. пособие (Профессиональные издания для бизнеса), М.: Эксмо, 2007. - 352с.
9. Гарфилд, Garfield В. Десять заповедей рекламы, М. [и др.]: Питер, 2006. - 256с.
- 10.Джонс, Jones J.P. Мифы, небылицы и факты о рекламе. Анализ 28 самых живучих мифов, М.: Омега-Л, 2006. - 336с.
- 11.Николайшвили, Г.Г. Социальная реклама. Теория и практика: учеб. пособие для вузов, М.: Аспект Пресс, 2008. -184с.
- 12.Карпова, С.В. Международное рекламное дело: учеб. пособие, М.: Кнорус, 2007. - 288с.
- 13.Психология рекламы / А.Н.Лебедев-Любимов .— 2-е изд. — М.[и др.] : Питер, 2007 .— 384с

### *Периодические издания*

1. 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
2. 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
3. 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

### *Интернет-ресурсы*

1. ЭБС IPRBooks универсальная базовая коллекция изданий.- Режим доступа , <http://www.iprbookshop.ru/> , по паролю. — Загл. с экрана
2. <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](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.