МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Институт горного дела и строительства
Кафедра «Городского строительства, архитектуры и дизайна»

Утверждено на заседании кафедры
«ГСАиД»
«26» января 2022 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой ГСАиД
_____К.А. Головин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ДИЗАЙНЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ»

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

по направлению подготовки

54.03.01 Дизайн

с направленностью (профилем) **промышленный дизайн**

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 540301-03-22
Тула 2022 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ рабочей программы дисциплины (модуля)

Разработчик(и):

к.т.н., доц. *(подпись)*

Морозова
Л.А. доц.

_____

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

Плешков С.А. доц.

_____

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание) *(подпись)*

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины (модуля) является формирование знаний, умений, владений, 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, webканторы, 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 обязательной части основной профессиональной образовательной программы. Дисциплина (модуль) изучается в 8 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) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведен ниже.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

1. методы проведения научно-исследовательских работ; анализа, оценки и обобщения результатов исследований (код компетенции ОПК-2, код индикатора ОПК- 1);
2. функции и задачи учреждений и организаций, занимающихся вопросами дизайна; особенности деятельности и правового статуса дизайнера; систему и содержание основных нормативно-правовых актов, действующих в РФ, по вопросам авторского и патентного права; правовые документы, регулирующие рекламную деятельность в сфере дизайна в России и за рубежом (код компетенции ОПК-5, код индикатора ОПК-5.1);

Уметь:

1. работать с научной литературой; применять критерии оценки эффективности дизайн-продукта, проводить комплексный анализ дизайн-продукта; участвовать в научнопрактических конференциях (код компетенции ОПК-2, код индикатора ОПК-2.2);

2. Умеет организовывать и проводить творческие мероприятия; находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность; работать с клиентами, заключать типовые договора; оперировать базовыми правовыми понятиями, решать вопросы по проблематике результатов интеллектуальной собственности и обосновывать её со ссылкой на действующие нормативные и правовые акты (код компетенции ОПК-5, код индикатора ОПК-5.2); **Владеть:**

1. навыками работы с нормативными и правовыми документами при организации дизайнерской деятельности (код компетенции ОПК-2, код индикатора ОПК-2.3);

2. навыками работы с нормативными и правовыми документами при организации дизайнерской и рекламной деятельности, выставок, конкурсов; основной терминологией, используемой в авторском законодательстве (код компетенции ОПК-5, код индикатора ОПК-5.3);

Полные наименования компетенций *и индикаторов их достижения* представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

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 (модулю)

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										
8	ЗЧ	2	72	12	12				0,1	47,9
Итого	ЗЧ	2	72	12	12				0,1	47,9

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

Очная форма обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий
	8 семестр
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 (семинарских) занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
8 семестр	
1	Формы организации дизайнерской деятельности: стафф-дизайн, учебный дизайн, коммерческий дизайн
2	Мировой опыт западной модели организации творческой производственной деятельности проектных коллективов. Задачи и способы их решения.
3	Отечественная практика организации творческой производственной деятельности проектных коллективов.

4	Организация творческой производственной деятельности проектных коллективов в тульском регионе. Как правильно выбрать дизайнерское бюро или рекламное агентство?
5	Составление типовых договоров на дизайнерскую деятельность
6	Как работать с клиентом?
7	Рынок труда дизайнерских услуг
8	Фриланс. Плюсы и минусы
9	Правовое регулирование дизайнерской деятельности в России и за рубежом
10	Персоны дизайнерской индустрии

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

Очная форма обучения

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
8 семестр	
1	Реферат. Объем – 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

Очная форма обучения

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося			Максимальное количество баллов
8 семестр			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	**Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:**	
		Работа на практических (семинарских) занятиях	16
		Посещение лекционных занятий	8
		Посещение практических (семинарских) занятий	6
		Итого	30
	Второй рубежный контроль	**Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:**	
		Посещение практических (семинарских) занятий	4
		Работа на практических (семинарских) занятиях	8
		Посещение лекционных занятий	8
		Подготовка видеопрезентации	10
		Итого	30
Промежуточная аттестация	Зачёт		40 (100*)

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

Система оценивания результатов обучения	**Оценки**			
Стобалльная система оценивания	0 – 39	40 – 60	61 – 80	81 – 100
Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы)	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	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, видеопроектором, 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 .— 324с. — Библиогр.:с.310-313 .— ISBN 978591131494-1 /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 c. 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 c. 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 c.— 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 c.— 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 c.— 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 c. 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 c. 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 978-5-83540808-5.

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 B. 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.292300 .— 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. 178181 .— 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 978527902959-4 : 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 : научнопрактический 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.