

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) **дизайн интерьера**

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 540301-02-22

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
<i>8 семестр</i>	
<b>1</b>	Организация творческой и производственной деятельности проектных коллективов.
<b>2</b>	Организация творческой и проектной деятельности дизайнеров.
<b>3</b>	Правовое регулирование дизайнерской деятельности в России и за рубежом
<b>4</b>	Персоны дизайнерской индустрии.

## 4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

### Очная форма обучения

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
<i>8 семестр</i>	
<b>1</b>	Формы организации дизайнерской деятельности: стафф-дизайн, учебный дизайн, коммерческий дизайн
<b>2</b>	Мировой опыт западной модели организации творческой производственной деятельности проектных коллективов. Задачи и способы их решения.
<b>3</b>	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
<i>8 семестр</i>	
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
<i>8 семестр</i>			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	<b>Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:</b>	
		Работа на практических (семинарских) занятиях	16
		Посещение лекционных занятий	8
		Посещение практических (семинарских) занятий	6
		Итого	30
	Второй рубежный контроль	<b>Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:</b>	
		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			
	0 – 39	40 – 60	61 – 80	81 – 100
Стобалльная система оценивания				
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. — 324 с. — 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 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 978-5-83540808-5.

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 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.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](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.