

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 27 от 01.12.2022

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГУАДИ

_____ Н.В. Багрова

" ____ " _____ 202_ г.

Маркетинг и менеджмент в дизайне

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Промышленного дизайна**

Учебный план 54.03.01_2023_Дизайн_1_КД.rlx
Направление подготовки 54.03.01 Дизайн
Профиль коммуникационный дизайн

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 30
самостоятельная работа 42

Виды контроля в семестрах:
зачеты с оценкой 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	УП	РП		
Неделя	15	5/6		
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	14	14	14	14
Итого ауд.	30	30	30	30
Контактная работа	30	30	30	30
Сам. работа	42	42	42	42
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

к.э.н., доцент, Рязанцева И.В.

Рецензент(ы):

д.т.н., зав. кафедрой ПД, Бекк Н.В.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг и менеджмент в дизайне

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015)

составлена на основании учебного плана:

Направление 54.03.01 Дизайн

утвержденного учёным советом вуза от 01.12.2022 протокол № 27.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Промышленного дизайна

Протокол от 22.11.2022 г. № 4

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой профессор, д.т.н, Н.В. Бекк

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целями освоения дисциплины «Маркетинг и менеджмент в дизайне» является формирование у обучающихся необходимых управленческих компетенций, определяющих их готовность и способность, как будущих специалистов по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн в области коммуникационного дизайна использовать полученные знания, умения и навыки в области управления организацией и деятельности менеджера, исследования рынка, получения и анализа маркетинговой информации для принятия обоснованных управленческих решений, разработки и реализации маркетинговой стратегии и всего комплекса маркетинга в сфере коммуникационного дизайна.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Знания, умения, навыки, творческие способности, полученные на предшествующем уровне образования	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Арт-менеджмент	
2.2.2	Педагогика и психология	
2.2.3	Экономика	
2.2.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Знать:

Уровень 1	сущность, функции, роль менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности
-----------	--

Уметь:

Уровень 1	структурировать и формировать организационную структуру предприятия
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	инструментами и технологиями управленческой деятельности
-----------	--

Уровень 2	навыками применения нормативно-правовых актов в своей деятельности
-----------	--

УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Знать:

Уровень 1	подходы к развитию теории управления
-----------	--------------------------------------

Уровень 2	понятия, виды и цели организации
-----------	----------------------------------

Уровень 3	типы организационных структур
-----------	-------------------------------

Уметь:

Уровень 1	анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, анализировать маркетинговые характеристики рынков товаров и услуг
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	навыками использования экономических знаний из области управления в различных сферах деятельности
-----------	---

ОПК-5: Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях

Знать:

Уровень 1	составляющие внешней и внутренней среды организации, основные нормативно-правовые акты в своей деятельности
-----------	---

Уровень 2	маркетинговый инструментарий
-----------	------------------------------

Уровень 3	основные достижения и современные направления развития в области менеджмента и маркетинга
-----------	---

Уметь:

Уровень 1	использовать коммуникации и функции мотивации в менеджменте
-----------	---

Уровень 2	анализировать особенности социально значимых проблем своей деятельности с учетом нормативно-правовой базы, разрабатывать комплексы маркетинга и претворять в жизнь маркетинговые мероприятия
-----------	--

Владеть:

Уровень 1	навыками принятия решений в области управления с учетом современных достижений науки и передовых технологий в профессиональной деятельности; методами получения, обработки, анализа и использования маркетинговой информации
-----------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	УК-6.1.1 Стратегии самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, аспекты здоровьесбережения
3.1.2	УК-10.1.1 Основы экономической культуры и финансовой грамотности
3.1.3	ОПК-5.1.1 Условия и технологии организации и участия в выставках, конкурсах, фестивалях
3.2	Уметь:
3.2.1	УК-6.2.1 Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования
3.2.2	УК-10.2.1 Принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности, в том числе в проектной деятельности
3.2.3	ОПК-5.2.1 Разрабатывать план-концепт творческих мероприятий, оформлять документы и готовить презентации для участия в конкурсах, выставках, фестивалях
3.3	Владеть:
3.3.1	УК-6.3.1 Способностью управлять своим временем, принципами и приемами здоровьесбережения
3.3.2	УК-10.3.1 Навыками решения экономических задач в проектной, дизайнерской и др. сферах деятельности
3.3.3	ОПК-5.3.1 Навыками участия в конкурсах, выставках, фестивалях различного уровня

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел I. Менеджмент					
1.1	Основные категории менеджмента и тенденции его развития. Понятие и сущность менеджмента. Эволюция научной мысли в сфере менеджмента. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.2	Подходы к развитию теории управления. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.3	Видение. Миссия и цели организации. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.4	Видение. Миссия и цели организации. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.5	Понятие и виды организации. Типы организационных структур. Внешняя и внутренняя среда организации /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.6	Построение организационных структур. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.7	Элементы процесса управления. Формирование вертикальной структуры. Формирование структурных подразделений. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.8	Формирование структурных подразделений. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.9	Деятельность менеджера. Функции, роли компетенции руководителя в сфере дизайна. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
1.10	Руководитель и его роли. Власть, личное влияние, лидерство и руководство. Стили руководства. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	

1.11	Руководитель и его роли. Стили руководства. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1
1.12	Коммуникации и функции мотивации в менеджменте. Материальная и нематериальная мотивация персонала. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1
1.13	Материальная и нематериальная мотивация персонала. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1
1.14	Управленческие решения. Конфликты и трессы. Структура конфликта. Управление конфликтами и стрессами. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1
1.15	Управленческие решения. Управление конфликтами и стрессами. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1
1.16	Самостоятельные работы по курсу Менеджмент /Ср/	5	21	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1
Раздел 2. Маркетинг					
2.1	Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.2	Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.3	Основные понятия маркетинга. Современная маркетинговая концепция. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.4	Современная маркетинговая концепция. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.5	Комплекс маркетинга. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.6	Комплекс маркетинга. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.7	Маркетинговая среда предприятия. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.8	Система маркетинговых исследований. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.9	Система маркетинговых исследований. Разработка опросной анкеты потребителей. /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.10	Конкуренция и маркетинг. SWOT - анализ. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.11	Конкуренция и маркетинг. SWOT - анализ /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.12	Маркетинговый план. Структура. Составление маркетингового плана и его анализ /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.13	Маркетинговый план. Структура. Составление маркетингового плана и его анализ /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.14	Продвижение товаров: реклама, стимулирование сбыта и пропаганда. /Лек/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2

2.15	Реклама и продвижение. Контроль, оценка эффективности и анализ результатов /Пр/	5	1	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.16	Самостоятельные работы по курсу Маркетинг /Ср/	5	21	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2
2.17	Промежуточная аттестация /ЗачётСОц/	5	0	УК-10 ОПК-5 УК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э2

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.

Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.

Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.

Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Контрольная работа – самостоятельный труд студента, который способствует углублённому изучению пройденного материала.

Основные задачи выполняемой работы:

1. закрепление полученных ранее теоретических знаний;
2. выработка навыков самостоятельной работы;
3. выяснение подготовленности студента к будущей практической работе;

Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данной теме и конспектов лекций прочитанных ранее. Приступать к выполнению работы без изучения основных положений и понятий науки, не следует, так как в этом случае студент, как правило, плохо ориентируется в материале, не может отграничить смежные вопросы и сосредоточить внимание на основных, первостепенных проблемах рассматриваемой темы.

В процессе работы над первоисточниками целесообразно делать записи, выписки абзацев, цитат, относящихся к избранной теме. При изучении специальной литературы важно обратить внимание на различные точки зрения авторов по исследуемому вопросу, на его приводимую аргументацию и выводы, которыми опровергаются иные концепции.

Кроме рекомендованной специальной литературы, можно использовать любую дополнительную литературу, которая необходима для раскрытия темы контрольной работы.

Выполнение контрольной работы включает в себя следующие этапы:

1. выбор темы (организации, на примере которой будет выполняться работа);
2. подбор литературных, методических, нормативных источников;
3. написание и оформление работы;
4. защита контрольной работы.

Требования к оформлению контрольной работы:

Работа оформляется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210 x 297 мм) с одной стороны. Текст РГЗ выполняется в редакторе MS Word, в режиме Times New Roman, межстрочный полуторный интервал, размер шрифта 12, выравнивание по ширине. Не допускаются интервалы между абзацами. Размер полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм. Красная строка – 1,0 см. Нумерация страниц внизу справа.

Каждый раздел, а также список литературы и приложения начинаются с новой страницы.

Выполнение схем, графиков, диаграмм, таблиц должно быть четким, представлено с объяснениями и последовательно пронумеровано. Автор может выбрать свой стиль оформления таблиц, но он должен быть единым на протяжении всей работы.

Объем контрольной работы – 5 - 10 страниц.

Оцениваемые позиции:

1. наличие всех необходимых разделов контрольной работы;
2. общая характеристика работы в целом и выполненных структурных элементов;
3. умение формулировать целостные, внутренне непротиворечивые высказывания;

4. качество подбора данных для анализа проблемы;
5. адекватность выбора и корректность применения методов анализа.
«Подробная информация расположена в соответствующем курсе дисциплины в ЭИОС НГУАДИ».
5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
Зачёт с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения в семестре.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Голивцова, Н. Н., Юдин, А. П.	Менеджмент и маркетинг: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020
Л1.2	Сухов, В. Д., Киселев, А. А.	Маркетинг: учебник	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022
Л1.3	Баширзаде, Р. Р.	Маркетинг: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2022
Л1.4	Зеньков, И. В.	Менеджмент и маркетинг: учебное пособие	Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, 2022

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Романова Ю. А., Егоренко А. О.	Сборник практических заданий по менеджменту: Учебное пособие	Москва: Научный консультант, 2017
Л2.2	Шамис, В. А., Левкин, Г. Г.	Менеджмент: практикум	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023
Л2.3	Тимофеева, Н. С., Гармаева, Л. Б.	Тайм-менеджмент: учебное пособие	Улан-Удэ: Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р. Филиппова, 2022
Л2.4	Сафонова, Л. А., Смоловик, Г. Н.	HR-менеджмент: учебное пособие	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021
Л2.5	Лулева, Е. А., Реброва, Н. П.	Цифровой маркетинг: учебное пособие	Москва: Прометей, 2021

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Маркетинг и менеджмент в дизайне» - https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1426
Э2	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Маркетинг и менеджмент в дизайне» - https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1425

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64
---------	---

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.
7.2	Аудитория для самостоятельной работы, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания обучающимся к лекциям по дисциплине «Маркетинг и менеджмент в дизайне»

В ходе лекционных занятий по дисциплине «Маркетинг и менеджмент в дизайне» необходимо вести конспектирование учебного материала. Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. В процессе конспектирования не следует записывать дословно всю лекцию. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять, оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Работа над конспектом лекции по дисциплине «Маркетинг и менеджмент в дизайне» не заканчивается в лекционной аудитории, а продолжается дома, при этом обучающийся повторно знакомится с содержанием лекционного материала, знакомится с рекомендованной литературой, делает себе пометки в тексте лекции, или продолжает конспект. Работа над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Методические указания обучающимся при подготовке к практическим занятиям.

Планы практических занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по дисциплине. Подготовка студентов к практическому занятию включает 2 этапа:

- 1) организационный;
- 2) закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

На практическом занятии каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам.

Методические указания обучающимся для организации самостоятельной работы

Успешное освоение компетенций, формируемых данной учебной дисциплиной, предполагает оптимальное использование времени самостоятельной работы. Основной формой самостоятельной работы обучающихся является изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, активное участие на практических занятиях и подготовка докладов и презентаций по основным проблемам дисциплины. Самостоятельная работа во внеаудиторное время состоит из:

- повторения лекционного материала;
- подготовки к практическим занятиям работам;
- изучения учебно-методической и научной литературы;
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- выполнения контрольной работы;
- проведения самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах дисциплины задач, тестов.

Указания по работе с литературой

Целесообразно начать с изучения основной литературы в части учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу учебной литературы, находящейся в современных профессиональных базах данных, информационных справочных системах, электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ, в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

При работе с литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим обучающимся.