

ПВНЗ УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА
Кафедра дизайну

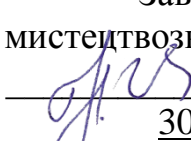
Робоча програма навчальної дисципліни
"ДИЗАЙН МЕНЕДЖМЕНТ"

ОБОВ'ЯЗКОВА ДИСЦИПЛІНА

Освітньо-професійна програма другого рівня вищої освіти
за спеціальністю 022 дизайн

Розробник:
Масляк І.М. кандидат технічних наук, доцент.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри дизайн, факультету архітектури, будівництва та дизайну 30 серпня 2018 року (протокол № 1).

Завідувач кафедри
Кандидат мистецтвознавства, доцент
 Н.М. Гілязова
30.серпня 2018 р.

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни “ Дизайн менеджмент ” є формування рівня знань по теорії організації, управління та стратегічного планування діяльності в сфері дизайну.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Дизайн менеджмент» є ознайомлення студентів з основними, відомостями про технології організації дизайнерської діяльності та визначення місця і специфіки в економічній системі галузі.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати :

роль нематеріальних інтелектуальних активів, цінність продукту, що є унікальною і залежить від концепції цього продукту, способи його презентації споживачу, суть дизайнерської діяльності, її соціально-економічну основу, диференціювання виставкового продукту в його інтеграції з іншими інформаційними технологіями.

вміти :

управляти дизайнерським підприємством, проводити аналіз питань розробки ринкової пропозиції, стратегії ціноутворення, розподілу, комунікаційної політики підприємства, розвивати організаційні структури мистецької організації.

Результати навчання: Аналізувати і виконувати завдання управління дизайнерським підприємством, вміти визначати вартість дизайнерської продукції визначати найефективніші шляхи їх реалізації.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 години 3 кредит ECTS.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів відповідних ECTS: 3	Освітньо-професійна програма другого рівня вищої освіти за спеціальністю 022 дизайн	обовязкова	
Модулів: 1		Рік підготовки	
Змістовних модулів: 2			
Індивідуальна навчально-дослідне завдання: теоретично-розрахункове завдання		1-й	1-й
Загальна кількість годин: 90		Лекційні: 12 Семінарські: 12 Індивідуальні завдання: Самостійна робота: 36 ПК: 30	Лекційні: 8 Семінарські: 2 Індивідуальні завдання: Самостійна робота: 50 ПК: 30
Тижневих годин для денної форми навчання: Аудиторних 2 Самостійної роботи 2		Вид контролю: іспит	Вид контролю: іспит

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Поточне оцінювання студентів на семінарських заняттях здійснюється за чотирьох бальною шкалою, де «2» - незадовільно; «3» - задовільно; «4» - добре; «5» - відмінно.

Підсумковий контроль у вигляді екзамену проводиться у тестовій формі і оцінюється відповідно до шкали оцінювання знань студентів за ЄКТС

Шкала в балах	Національна шкала	Шкала ЄКТС
90-100 балів	5 «відмінно»	A

80-89 балів	4 «дуже добре»	B
65-79 балів	4 «добре»	C
55-64 бали	3 «задовільно»	D
50-54 бали	3 «достатньо»	E
35-49 балів	2 «незадовільно»	FX
1-34 бали	2 «неприйнятно»	F

МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчальнопізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, мозкові атаки, кейс-метод, презентації, метод проектної роботи. Діагностика (моніторинг і перевірка) результатів навчання здійснюється шляхом виконання студентами:

- 1) тестових завдань;
- 2) презентацій і виступів на наукових заходах;
- 3) виконання індивідуального завдання;
- 4) підсумкового екзамену у тестовій формі.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво управління.

Тема 2. Функції та методи менеджменту. Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту.

Тема 3. Процес управління. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл. Управлінські процедури: цільовизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація рішення, зворотний зв'язок. Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність.

Тема 4. Інформація і комунікації в менеджменті. Інформація, її види та роль в менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, що висуваються до інформації. **Мотивування як загальна функція менеджменту.** Значення людського фактора в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівника. Поняття мотивування. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і винагород працівника в процесі мотивування. Теорії і моделі процесів мотивування: змістовний і процесний підходи. Зіставлення теорій мотивування. Засоби мотиваційного впливу. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

Тема 5. Керівництво та лідерство. Поняття та загальна характеристика керівництва. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. Адаптивне керівництво. Влада як елемент примушення. Форми впливу та влади. Теорії лідерства. Типологія лідерів. Поняття стилю керування та континууму стилів керування. Характеристика та класифікація стилів керування. Фактори та передумови формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю менеджера. Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

Тема 6. Ефективність менеджменту. Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загально-організаційна. Особливості оцінки різновидів ефективності.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№	Тема дисципліни	Всього годин	М 1		М	М 3	Всього годин	М 1		М 2	М 3
			Лекції (год.)	Семінарські (год.)	на робота	Самостійна робота (год.)		Лекції (год.)	Семінарські (год.)	Індивідуальна робота на робота (год.)	Самостійна робота (год.)
Змістовий модуль .		Денна форма навчання					Заочна форма навчання				
1.	Сутність, роль та методологічні основи	15	2	2		111	15	2	2		6
2.	Функції та методи менеджменту	15	2	2		11	15	1			9
3.	Процес управління	15	2	2		11	15	1			9
4	Інформація і в комунікації менеджменті	15	2	2		11	15	1			9
5	Керівництво та підлество	15	2	2		11	15	1			
6	Ефективність менеджменту	15	2	2		11	15	2			
Підсумковий		+					+				
Екзамен											
Всього за V семестр:		90	12	12	0	66	90	8	2	0	80

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Аакер Д. Создание сильных брендов. Москва, 2003. 440 с.
2. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. Методическое пособие. Ростов-н/Д: Экспертное бюро, 2001. 212 с.
3. Алешина И. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетологов. Москва, 1997. 313 с.
4. Андрушків Б. М., Кузьмін О. Є. Основи менеджменту. Львів, 1995. 296 с.
5. Будзан Б. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. К.: Основи, 2001. 349 с.
6. Наука управляти: з історії менеджменту : навч. посібник. К.: Либідь, 1993. 304 с.
7. Батра, Раджив, Маайерс, Джон Д., Аакер, Дэвид А. Рекламный менеджмент. 5-е изд. М.: Вильямс, 1999. 780 с.
8. Бове К., Аренс У. Современная реклама. Тольятти, 1995. 667 с.
9. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR. Учеб. пособ. М.: ГРАНД, 2001. 617 с.
10. Герасименко В.В. Основы маркетинга. М.: ТЕИС, 1999. 142 с.
11. Грановский Л.Г. Творческая реклама: Эффективные принципы бизнеса: Учебное пособие. М.: Дашков и К ИТК, 2003. 257 с.
12. Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салашенко А.Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом: Учебно-методическое пособие. М.: Дашков и К. 2004. 516 с.
13. Делл Д., Линда Т. Учебник по рекламе/ Пер. с польск. Н.В. Бабиной. М.: Современное слово, 1997. 320 с.
14. Джефкинс Ф. Реклама: Учеб. Пособ. для вузов/ Пер. с англ. Г.Ю. Любимовой, М.Г. Герасимовой. М.: ЮНИТИ, 2002. 523 с.
15. Джугенхаймер Д., Уайт Г. Основы рекламного дела. Самара, 1996. 479 с.
16. Доти Д. Паблिसити и паблик рилейшнз. Москва, 1996. 283 с.
17. Джон Олвуд, Брайн Монтгомери. Выставки: планирование и дизайн. Новосибирск: Интербук, 1991
18. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент/ Пер с англ. Питер, 2002. 750 с.
19. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм/ Пер. с англ. — М: ЮНИТИ, 1998. - 787 с.
20. Миллер А. Реклама: Энциклопедия для всех. М.: Вершина, 2003. 252 с.
21. Миллер С. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. Москва, 1998. 112 с.
22. Михолап С.В., Махоркина И.В. Выставки-ярмарки как инструмент маркетинга. Москва, 2000. 126 с.
23. Петелин В.Г. Выставочный менеджмент: технологии и ноу-хау. Москва, 2002.
24. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д. и др. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учеб. пособ. для вузов. Москва, 2005. 288 с.
25. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник для вузів. Київ, 2002. 384 с.

26. Герасимчук В.Г. Маркетинг : Теорія і практика : навч. посібник для вузів. Київ, 1994. 325 с.
27. Прауде В.Р. Маркетинг : навч. Посібник. Київ, 1994. 256 с.
28. Павленко А.Ф. Маркетинг: Навч.-метод. посібник. –К.: КНЕУ, 2001. – 106 с.
29. Ноздрева Р.Б. Маркетинг: Как побеждать на рынке. Москва, 1991. 304 с.
30. Родин В.Г. Основы маркетинга. Москва, 1992.
31. Афанасьев М. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. – Москва : Фин-статинформ, 1995.
32. Козлов В.А. Реклама в системе маркетинга. Москва, 1990.
33. Котлер Ф. Маркетинг-Менеджмент/ пер. с англ. под. ред. А. Л. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. Питер, 2003. 752 с.
34. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Київ, 2005. 393 с.
35. Сьюзан Фридман. Как показать товар лицом. Выставки и презентации. Москва, 1994.
36. Александрова Н. Выставка — комплексный маркетинг. *Мир Экспо*. 2003. № 2.
37. Филоненко И.К. Выставки: проблемы, перспективы, рекомендации. *Вестник МТПП, спецвыпуск по выставочной деятельности*. 2001.
38. Филоненко И.К. Выставочные комплексы — объекты стратегического значения. *Эксповедомости*, 2004. № 2.
39. Информация об участниках выставок, выставочных планах и выставочном сервисе. URL: <http://www.expoweb.ru/>
40. Информация о выставках в России и за рубежом, новости и подача заявок на участие в режиме реального времени. URL: www.allexpo.ru
41. Выставочный портал, поддержка выставок и справочная информация. Информация о выставочном образовании. URL: www.expocom.info
42. Комитет немецкой экономики по выставкам (АУМА/AUMA). URL: www.auma.de
43. Международное Бюро Выставок (МБВ/BIE). URL: www.bie-paris.org
44. Международный Союз выставок и ярма рок (МСВЯ/IUEF). URL: www.uefexpo.ru