МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»

Навчально-науковий інститут мистецтв
Кафедра дизайну і теорії мистецтва

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОРГАНІЗАЦІЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Освітня програма: Дизайн одягу
Спеціальність: 022 Дизайн
Галузь знань: 02 Культура і мистецтво

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “2” вересня 2019 р.

м. Івано-Франківськ – 2019

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Організація дизайнерської діяльності
Рівень вищої освіти	бакалавр
Викладач (-і)	Осадца Марта Зіновіївна
Контактний телефон викладача	0342523429
E-mail викладача	kdtm@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Денна, заочна форма та дистанційна форма навчання
Обсяг дисципліни	90 год
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOneCourse&id_cat=63&id_cou=7137
Консультації	Консультації до самостійної роботи проводяться на практичних заняттях.

2. Анотація до курсу

Навчальний курс дисципліни «Організація дизайнерської діяльності» спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Дизайн одягу» рівня вищої освіти «бакалавр» покликаний формулювати уявлення студентів про процес реалізації дизайнерського проекту, основних його етапів з використанням сучасних дизайнерських прийомів і тенденцій, а також розкрити професійні компетентності студента як висококваліфікованого фахівця у галузі дизайну. Зміст лекційних і практичних завдань курсу спрямований на формування здатності студента організовувати, аргументувати та реалізувати дизайн-проекти різноманітної складності у дизайнерській діяльності.

3. Мета та цілі курсу

Мета викладання навчального курсу «Організація дизайнерської діяльності» – надати студентам основні знання з видів маркетингових стратегій й актуальних тенденцій у дизайні; розвинути в студентів вміння планувати етапи розробки та реалізувати складні дизайнерські проекти, які відповідатимуть принципам практичності та ринковим завданням (економічна доцільність, стильність, відображення потреб і очікувань споживача). ***Цілями*** вивчення курсу є теоретична та практична підготовка студентів, формування професійного світогляду студентів у сфері сучасних принципів, методів і функцій менеджменту, маркетингу та технологій прийняття рішень; забезпечення процесу управління дизайнерською діяльністю, що сприятиме досягненню результатів, визначених стандартом вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 «Дизайн» https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/022-dizayn-bakalavr.pdf.

Програмні результати навчання:

володіти теорією і методикою дизайну, фаховою термінологією (за професійним спрямуванням);

володіти знаннями про поняття та категорії маркетингових стратегій, актуальні тенденції в дизайнерській діяльності;

збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту;

застосовувати набуті знання предметної області та сфери професійної діяльності у реалізації дизайн-проектів;

планувати етапи розробки та реалізації дизайнерських проектів;

оцінювати об’єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію;

представляти результати роботи у професійному середовищі;

дотримуватися стандартів проектування та технологій виготовлення об’єктів дизайну у професійній діяльності;

орієнтувати кінцеві результати дизайнерської діяльності на реальні вимоги і побажання споживачів, їх реакцію на ті чи інші вироби та послуги, визначати характер попиту,

конкурентоспроможність товару в ринкових умовах, запитів потенційних покупців, діяльності і пропозицій конкурентів, науково-технічних досягнень у галузі дизайну одягу;
розуміти етапи досягнення успіху в професійні кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, застосовувати інноваційні концепції та підходи у презентації та рекламі об'єктів дизайнерської діяльності, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.

4. Результати навчання (компетентності)

Інтегральна компетентність (ІК):
здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі дизайну одягу із застосуванням знань і навичок організації професійній діяльності.

Загальні компетентності (ЗК):
знання та розуміння предметної області, що сприяє вирішенню проектних завдань дизайнерської діяльності;
здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
здатність працювати в команді;
здатність забезпечувати якість виконуваних робіт;
цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):
здатність здійснювати формоутворення, макетування і моделювання об'єктів дизайну відповідно до авторського задуму;
здатність застосовувати художньо-образне, асоціативне і системне мислення, а також культурно-історичні та художньо-естетичні знання у професійній діяльності;
здатність використовувати сучасні векторні і растрові графічні редактори для створення презентацій та реклами дизайн-проектів;
здатність застосовувати правові норми щодо сфери інтелектуальної власності в професійній дизайнерській діяльності;
здатність розробляти та представляти візуальні презентації дизайн-проектів, портфоліо власних творів; володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.

5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	14
семінарські заняття / практичні / лабораторні	16
самостійна робота	60

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
VI	Дизайн	III	вибірковий

Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Лекція 1. Історичні етапи становлення дизайн-менеджменту, його функції та концепції. Завдання дизайн-	Лекція	№ 1,2, 3, 4, 5, 6	2	10	1 тиждень

менеджменту. Основні моделі менеджменту, які охоплюють дизайн і визначають його завдання.					
Лекція 2.Дизайн як цілісна інноваційна діяльність у системі маркетингу. Питання взаємодії дизайну і маркетингу на сучасному етапі розвитку культури.	Лекція	№ 2, 3, 4, 5, 6	4	10	2-3 тиждень
Лекція 3. Вивчення і структуризація маркетингових методів із втіленням їх у проектну діяльність дизайну. **Тема 3.** Визначення та обґрунтування актуальності й доцільності теми дизайн-проекту з позицій менеджменту.	Лекція Практичні заняття Самостійна робота	№ 2, 3, 4, 5, 6,7,8	4 4 14	20	4-7 тиждень
Лекція 4. Простір натхнення. Передпроектні дослідження. **Тема 4**. Простір натхнення. Передпроектні дослідження: принципи, методи і	Лекція Практичні заняття Самостійна робота	№ 2, 5, 6,7,8	2 4 16	20	8-10 тиждень

засоби реалізації дизайн-проекту.					
Лекція 5. Простір генерації творчих ідей (напрями, концепції). **Тема 5**. Простір генерації творчих ідей (напрями, концепції). Визначення ідеї, розробка концепції та завдань обраного проекту.	Лекція Практичні заняття Самостійна робота	№ 2, 5, 6,7,8	2 4 14	20	11-13 тиждень
Тема 6. Простір реалізації (план дій). Прогнозування основних характеристик та очікуваних результатів дизайн-проекту відповідно до маркетингових стратегій.	Практичні заняття Самостійна робота	№ 1,2, 5, 6,7,8	4 16	20	114-15 тиждень

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену	для заліку
90 – 100	**A**	відмінно	зараховано
80 – 89	**B**	добре	
70 – 79	**C**		
60 – 69	**D**	задовільно	
50 – 59	**E**		
26 – 49	**FX**	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-25	**F**	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Вимоги до письмової роботи	Чіткість, конкретність відповідей відповідно до поставлених завдань, вміння аналізувати та узагальнювати факти, правильність використання джерельної бази.
Семінарські заняття	Змістовно і чітко висловлювати фактичний матеріал і робити аналітичні висновки; аргументовано відповідати на поставлені запитання.
Умови допуску до підсумкового контролю	Наявність опрацьованого конспекту лекційного матеріалу, виконаного комплексу практичних робіт (організація дизайн-проекту). Впродовж семестру студент отримує – 100 балів. Розподіл балів залікової оцінки утворює сума за засвоєння теоретичного матеріалу і виконання практичних завдань і самостійної роботи, виконані на належному фаховому рівні протягом семестру згідно програми навчального курсу, а також заліку, який проводиться відповідно до навчального плану в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеного програмою курсу.

7. Політика курсу

Політика курсу базується на своєчасності здачі всіх практичних завдань та відповідному оцінюванні студентів у результаті їх творчої та наукової активності.
При опрацюванні теоретичного лекційного матеріалу студенти мають проявити здатність до самостійного їх осмислення та аналізу, демонструючи результати навчання, прописані у компетентностях навчального курсу. Політика курсу базується на формуванні результатів навчання студента із дотриманням позицій академічної доброчесності. Відповідно до «Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» https://pnu.edu.ua/%d0%bf%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b6%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b7%d0%b0%d0%bf%d0%be%d0%b1%d1%96%d0%b3%d0%b0%d0%bd%d0%bd%d1%8f%d0%bf%d0%bb%d0%b0%d0%b3%d1%96%d0%b0%d1%82%d1%8/, з них виділяються –здатність діяти у навчальних ситуаціях згідно з нормами академічної доброчесності та професійної етики; самостійно виконувати навчальні завдання, коректно посилатися на джерела інформації у разі запозичення ідей; не допускати проявів академічної недоброчесності, серед яких академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація тощо. При організації проектів у сфері дизайнерської діяльності студенти повинні дотримуватися загальних засад та правил наукової етики та академічної доброчесності. Протягом вивчення дисципліни студент зобов'язаний систематично відвідувати лекційні та практичні заняття; своєчасно виконувати самостійні завдання. Навчальний курс передбачає засвоєння матеріалу, що дасть змогу провести аналіз основних тенденцій маркетингових стратегій та актуальних дизайнерських підходів з метою організувати та реалізувати дизайнерські проекти, що сприятиме розвитку аналітичного мислення майбутніх фахівців у галузі дизайну. Контроль за засвоєнням знань із курсу «Організація дизайнерської діяльності» здійснюється у формі семестрового заліку після завершення вивчення навчального матеріалу змістових модулів.

8. Рекомендована література

1. *Аакер Д., Йоахимшталер Э.* Брендлидерство: новая концепция брендинга. Москва : Изд. дом Гребенникова, 2009.
2. *Беляевский И.* Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие. Москва : Финансы и статистика, 2001. 511 с.
3. *Горб П.* Классификация дизайна. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2009.
4. Нариси з історії українського дизайну XX століття : збірник статей / Ін-т проблем сучасного мистецтва НАМ України; за заг. ред. М. Яковлєва; редкол. : В. Сидоренко (голова), А. Пучков, О. Сіткарьова та ін. Київ : Фенікс, 2012. 256 с.

5. *Соболев О.* Основні етапи взаємодії дизайну і маркетингу. *Вісник ХДАДМ*. Харків : ХДАДМ. 2001. №4. С. 103–107.
6. *Шилехина М.* Менеджмент и маркетинг в дизайне: учебно-методическое пособие. Тольятти: Тольяттинский государственный университет, 2019. 79 с.
7. *Aaker D.* Marketing research. 11th ed. Wiley, 2013. 766 p.
8. *Lockwood T., Walton T.* Building Design Strategy. – NY : Allworth press, 2009.

Викладач **Осадца М.З.**