

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

Навчально-науковий інститут мистецтв

Кафедра дизайну і теорії мистецтва

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Дизайн-менеджмент**

Освітня програма: Дизайн

Спеціальність: 022 Дизайн

Спеціалізація: 022.03

Галузь знань: 02 Культура і мистецтво

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 1 від 02 вересня 2019 р.

## **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

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Дизайн-менеджмент
<b>Викладач (-і)</b>	Чуйко Олег Дмитрович
<b>Контактний телефон викладача</b>	0342 52 34 29
<b>E-mail викладача</b>	kdtm@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	Денна/заочна форма та дистанційна форма навчання
<b>Обсяг дисципліни</b>	90 год
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	
<b>Консультації</b>	Консультації до самостійної роботи проводяться на практичних заняттях та за допомогою форми дистанційного навчання Консультація до екзамену - 1 год.
<b>2. Анотація до курсу</b>	
<p>«Дизайн-менеджмент» як навчальна дисципліна покликана формулювати уявлення студентів про процес реалізації дизайн-проекту в сфері маркетингу, головних його проектних етапів з використанням сучасних дизайнерських прийомів, ефективних підходів в організації творчого процесу, а також розкрити професійні компетентності студента як фахівця у галузі дизайну. Зміст практичних завдань спрямований на формування здатності студента створювати, аргументувати та реалізувати дизайн-проекти різноманітної складності та сфер діяльності людини. Дана дисципліна реалізується у формі лекцій, практичних і самостійних занять та спрямована на поглиблену підготовку фахівця за спеціальністю освітньої програми «Дизайн» ОР «Магістр».</p>	
<b>3. Мета та цілі курсу</b>	
<p>Мета викладання навчальної дисципліни «Дизайн-менеджмент» - надати студентам основні знання з видів маркетингових стратегій й актуальних тенденцій у дизайні; розвинути в студентів вміння планувати етапи розробки та реалізації складних дизайнерських проектів, які відповідатимуть принципам практичності та ринковим завданням (економічна доцільність, стильність, відображення потреб і очікувань споживача).</p> <p>Задля досягнення мети студентам необхідно</p> <p>знати: види маркетингових стратегій; актуальні тенденції в дизайні; ціноутворення та управління ризиками;</p> <p>вміти: планувати етапи розробки та реалізації складних дизайнерських проектів; на основі порівняльного аналізу визначати споживчі переваги людей, їх реакцію на ті чи інші вироби та послуги, визначати характер попиту, коригувати дизайнерські пропозиції; на практиці застосовувати маркетингові стратегії, нові концепції та підходи у рекламі творів дизайну, вести належну проектну документацію; застосовувати ефективний тайм-менеджмент і мотиваційні методики для досягнення найкращого результату в творчому</p>	

проекті; впроваджувати інноваційні заходи з демонстрації зразків дизайнерської діяльності.

#### 4. Результати навчання (компетентності)

##### **Компетенції соціально-особистісні:**

толерантність; наполегливість у досягненні мети; турбота про якість виконуваної роботи, вміння працювати в команді.

##### **Загальнонаукові компетенції:**

володіння базовими уявленнями про основи маркетингу, менеджменту та психології, що сприяють вирішенню проектних завдань, розвитку загальної культури, дотриманню етичних орієнтирів;

знання історії національної культури, розуміння причинно-наслідкових зв'язків розвитку суспільства й уміння їх застосовувати в професійній діяльності.

##### **Інструментальні компетенції:**

здатність володіти маркетинговими стратегіями у дизайні;

навички роботи з комп'ютерними графічними програмами;

вміння вести пошук, збір та опрацювання інформації; вміння робити узагальнення і висновки.

##### **Професійні компетенції:**

здатність володіти маркетинговими підходами в дизайні; здатність застосовувати принципи маркетингу в роботі дизайнера;

здатність до генерування ідей, володіння художньо-образним, асоціативним і системним мисленням, а також культурно-історичними та художньо-естетичними знаннями; здатність до художнього сприймання, аналізу й інтерпретації взірців дизайнерської діяльності відповідно до авторського задуму;

вільне володіння професійною лексикою;

здатність застосовувати правові норми щодо сфери інтелектуальної власності в професійній діяльності;

здатність планувати, організовувати і проводити презентації дизайн-проектів.

#### 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
III	Дизайн	II	вибірковий

Тематика курсу					
Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
<b>Тема 1.</b> Історичні етапи становлення дизайн-менеджменту, його функції та концепції.	Лекція	Нариси з історії українського дизайну ХХ століття : зб. статей / Ін-т проблем сучасного мистецтва	2 год		5.09.2019
<b>Тема 2.</b> Дизайн як цілісна і крос-функціональна інноваційна діяльність. Поняття бренд-менеджменту і управління маркетингом в дизайні.	Лекція	НАМ України ; За заг. ред. М.І. Яковлева; Редкол. : В.Д.Сидоренко (голова), А.О.Пучков, О.В.Сіткарьова та ін. – К. : Фенікс, 2012.	4 год		12.09.2019
<b>Тема 3.</b> Визначення та обґрунтування актуальності й доцільності теми дизайн-проекту з позицій менеджменту.	Лекція Практичні заняття Самостійна робота	Горб П. Класифікація дизайна / П.Горб. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2009.	4 год 4 год 14 год		26.09.2019- 17.10.2019
<b>Тема 4.</b> Простір натхнення. Передпроектні дослідження: принципи, методи і засоби реалізації дизайн-проекту.	Лекція Практичні заняття Самостійна робота	Беляевский, И. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / И.Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2001.	4 год 4 год 16 год		24.10.2019- 14.11.2019
<b>Тема 5.</b> Простір генерації творчих ідей (напрями, концепції). Визначення ідей, розробка концепції та завдань обраного проекту.	Практичні заняття Самостійна робота	Lockwood T., Walton T. Building Design Strategy / T.Lockwood, T.Walton. – NY : Allworth press, 2009.	4 год 14 год		21.11.2019- 28.11.2019
<b>Тема 6.</b> Простір реалізації (план			4 год 16 год		5.12.2019- 12.12.2019

дій). Прогнозування основних характеристик та очікуваних результатів дизайн-проекту відповідно до маркетингових стратегій.	Практич ні заняття					
	Самості йна робота					

### 6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	Поточне тестування та самостійна робота										Підсумковий тест (екзамен)	Сума
	Змістовий модуль 1/2											
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	словник			
	5	5	5	5	5	5	5	5	10	50	100	
	<b>Шкала оцінювання: національна та ECTS</b>											
	Сума балів за всі види навчальної діяльності		Оцінка ECTS		Оцінка за національною шкалою							
					для екзамену, курсового проекту (роботи), практики				для заліку			
	90 – 100		<b>A</b>		відмінно				зараховано			
	80 – 89		<b>B</b>		добре							
	70 – 79		<b>C</b>									
	60 – 69		<b>D</b>		задовільно							
	50 – 59		<b>E</b>									
	26 – 49		<b>FX</b>		незадовільно з можливістю повторного складання				не зараховано з можливістю повторного складання дисципліни			
	0-25		<b>F</b>		незадовільно з обов'язковим повторним				не зараховано з			

			вивченням дисципліни	обов'язковим повторним вивченням дисципліни
Вимоги до письмової роботи	-			
Семінарські заняття	-			
Умови допуску до підсумкового контролю	Наявність виконаного комплексу практичних робіт.			
<b>7. Політика курсу</b>				
Політика курсу передбачає засвоєння матеріалу з даної дисципліни, що дасть змогу провести аналіз основних тенденцій маркетингових стратегій та актуальних дизайнерських підходів для реалізації дизайнерських проєктів, що сприятиме розвитку аналітичного мислення майбутніх фахівців у галузі дизайну. Протягом вивчення дисципліни студент зобов'язаний: систематично відвідувати лекційні та практичні заняття; своєчасно виконувати індивідуальні практичні завдання (на усіх етапах створення дизайнерського проєкту).				
<b>8. Рекомендована література</b>				
<p>1. Аакер Д.А., Йоахимшталер Э. Брендлидерство: новая концепция брендинга / Д.А. Аакер, Э. Йоахимшталер. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2009.</p> <p>2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / И. К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 511 с.</p> <p>3. Брюханова Г. В., Лежнев О. О. Новітні тенденції у дизайні логотипів / Г.В. Брюханова, О.О. Лежнев // Вісник ХДАДМ. – 2016. - №1. – С. 9-15.</p> <p>4. Глушко. Ю.С. Основні тенденції розвитку радянської моди України 20-30-х рр. XX ст. / Ю.С. Глушко // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. - 2016, вип. 45, том 1. - С.207-211.</p> <p>5. Горб П. Классификация дизайна/ П. Горб. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2009.</p> <p>6. Нариси з історії українського дизайну XX століття : збірник статей / Ін-т проблем сучасного мистецтва НАМ України ; За заг. ред. М. І. Яковлева ; Редкол. : В. Д. Сидоренко (голова), А.О. Пучков, О. В. Сіткарьова та ін. – К. : Фенікс, 2012. – 256 с. : іл.</p> <p>7. Сбітнева Н.Ф. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності / Н.Ф. // Вісник ХДАДМ. – 2015. - №4. – С. 60-66.</p> <p>8. Lockwood T., Walton T. Building Design Strategy / T. Lockwood, T. Walton. – NY : Allworth press, 2009.</p>				

Викладач



Чуйко О.Д