

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

**Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015**

Кафедра менеджменту готельно-ресторанного бізнесу

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою ФТБ

(прот. № 1 від «29» 08 2025 р.)

Декан



Надія ВЕДМІДЬ

**ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТ /
DESIGN MANAGEMENT**

**РОБОЧА ПРОГРАМА /
COURSE OUTLINE**

освітній ступінь	бакалавр	/ bachelor
галузь знань	02 Культура і мистецтво	/ Culture and Arts
спеціальність	022 Дизайн	/ Design
освітня програма	Дизайн	/ Design

Київ 2025

***Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ
заборонено***

Автор: Расулова А.М., канд. екон. наук, доцент

Робочу програму обговорено і схвалено на засіданні кафедри менеджменту готельно-ресторанного бізнесу, протокол № 1 від 25.08.2025 року.

Рецензенти: Безугла Р.І., доктор мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну
Вальков В., засновник дизайн-студії Creo

ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТ / DESIGN MANAGEMENT

РОБОЧА ПРОГРАМА / COURSE OUTLINE

освітній ступінь	бакалавр	/ bachelor
галузь знань	02 Культура і мистецтво	/ Culture and Arts
спеціальність	022 Дизайн	/ Design
освітня програма	Дизайн	/ Design

II. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ ТА РОЗПОДІЛ ГОДИН ЗА ТЕМАМИ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН)

Розділ	Кількість годин				Форми контролю
	Усього годин/кредитів ЄКТС	з них			
		Лекції	Практичні (семінарські) заняття	Самостійна робота студентів	
Тема 1. Теоретичний базис менеджменту суб'єктів дизайну	8	2	2	6	Т, О, ВЗ, П
Тема 2. Функції дизайн-менеджменту	10	2	2	6	О, ВЗ, П
Тема 3. Методи дизайн-менеджменту	10	2	2	6	Т, О, ВЗ, П
Тема 4. Сфера дизайну в умовах економіки вражень	8	2	2	6	Т, О, ВЗ, П
Тема 5. Дизайн-мислення у бізнесі	8	2	2	6	О, ВЗ, П
Тема 6. Адміністрування бізнесу у дизайні	10	2	2	6	Т, О, ВЗ, П
Тема 7. Аутсорсинг та аутстафінг у сфері дизайну	8	2	2	6	Т, О, ВЗ, П
Тема 8. Персонал у системі дизайн-менеджменту	8	2	2	6	О, ВЗ, П
Тема 9. Організація роботи дизайн-команд	8	2	2	6	Т,О, М
Тема 10. Управління організаційною поведінкою дизайн-команд	10	2	2	6	Т, О, ВЗ, П
Тема 11. Самоменеджмент та самобрендинг дизайнера	8	2	2	6	О, ВЗ, М
Тема 12. Комунікативний менеджмент у дизайні	8	2	2	6	Т,О, ІП
Тема 13. Управління комунікаціями у сфері дизайну	8	2	2	6	Т,О, ІП
Тема 14. Управління дизайнерськими проєктами	10	2	2	6	О, ВЗ,П
Тема 15. Репутаційний менеджмент у сфері дизайну	8	2	2	6	Т,О
Разом	180/6	30	30	120	
Підсумковий контроль – письмовий екзамен					

Т – тестування, О – опитування, Д – есе, ВЗ – вирішення завдань, П - презентація,
М - модерація

III. ТЕМАТИКА ТА ЗМІСТ ЛЕКЦІЙНИХ, СЕМІНАРСЬКИХ, ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ, САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час студента, год.
1	2	3
Розуміння сутності менеджменту як специфічної сфери людської діяльності, змісту основних категорій і понять менеджменту Знання інваріантних підходів до розуміння сутності поняття «менеджмент»; цілей, предмету і завдань менеджменту; функціональні види менеджменту	Тема 1. Теоретичний базис менеджменту суб'єктів дизайну <i>Питання лекції</i> 1. Сутність, походження та еволюція поглядів на розуміння менеджменту 2. Суб'єкт та об'єкт управління, їх характеристика, взаємозв'язок та взаємодія 3. Цілі, предмет і завдання менеджменту суб'єктів дизайну 4. <i>Управлінські відносини у сфері дизайну як предмет менеджменту</i> 5. Сутність та зміст основних категорій і понять менеджменту, управління 6. <i>Менеджери та їх функції у сфері дизайну</i> Список рекомендованих джерел - <i>основний:</i> 1 [с. 10-17], 3 [с. 8-18], 4 [с. 7-19], 5[с. 14-28] - <i>додатковий:</i> 1 [с. 24-33], 3 [с. 14-39], 4 [с. 18-38], 6 [с. 14-43], 17 [с. 69-74], 18 [с. 17-27], 22 [с. 18-23] - <i>Інтернет-ресурси:</i> 5, 8-11 Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання основних (1 [с. 10-17], 3 [с. 8-18], 4 [с. 7-19], 5 [с. 14-28]), додаткових (1 [с. 24-33], 3 [с. 14-39], 4 [с. 18-38], 6 [с. 14-43], 17 [с. 69-74], 18 [с. 17-27], 22 [с. 18-23]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (5, 8-11).	2 2

1	2	3
Уміння визначати об'єкти та суб'єкти управління; ролі менеджерів на різних ієрархічних рівнях управління суб'єктами дизайну	<i>Питання для поглибленого вивчення:</i> 1. Причини та умови виникнення менеджменту 2. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності 3. Менеджери на різних рівнях управління суб'єктів дизайну 4. Менеджмент як професійне управління підприємницькою діяльністю 5. Типи та ролі менеджерів (за І. Адізесом)	3
	<i>Практичне заняття</i> 1. Проведення тестування за основними питаннями лекції та самостійної роботи 2. Обговорення результатів виконання практичних завдань: 2.1. Визначити та презентувати основні завдання (ролі) менеджерів різних ієрархічних рівнів суб'єкту дизайну 2.2. Підготувати та презентувати напрями діяльності лінійного або функціонального керівника певного суб'єкту дизайну 3. Обговорення теоретичних питань: 3.1. Менеджмент як мистецтво управління 3.2. Сфери менеджменту суб'єктів дизайну 3.3. Ролі менеджерів у дизайні 3.4. Менеджери і підприємці: їх спільні риси та відмінності 3.5. Системність управління суб'єктами дизайну	2
Розуміння сутності та змісту функцій менеджменту, їх ролі	Тема 2. Функції менеджменту суб'єктів дизайну <i>Питання лекції</i> 1. Поняття функцій менеджменту 2. Сутність та зміст функції планування і прогнозування. Особливості їх реалізації у сфері дизайну 3. Функція організування її зміст та напрями реалізації у сфері дизайну	2

1	2	3
в менеджменті суб'єктів дизайну Знання змістовних та методичних засад реалізації загальних функцій менеджменту: планування, прогнозування, організування, координування, мотивування та контролювання Уміння реалізувати планування, прогнозування, організування, координування, мотивування та контролювання у сфері дизайну	4. <i>Теорії та моделі мотивування.</i> 5. <i>Види стимулювання персоналу суб'єктів дизайну.</i> 6. Координування як функція забезпечення злагодженої та ритмічної роботи суб'єктів дизайну, умови її виконання. 7. Функція контролювання, принципи, види, особливості Список рекомендованих джерел - <i>основний:</i> 1 [с. 50-67], 2 [с. 20-36], 3 [с. 44-53], 4 [с. 37-69], 5[с. 34-78] - <i>додатковий:</i> 1 [с. 34-53], 2 [с. 20-36], 3 [с. 44-59], 9 [с. 28-38], 13 [с. 24-43], 20 [с. 29-44], 22[с. 17-27] - <i>Інтернет-ресурси:</i> 5, 8-11 Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання основних (1 [с. 50-67], 2 [с. 20-36], 3 [с. 44-53], 4 [с. 37-69], 5[с. 34-78]), додаткових (1 [с. 34-53], 2 [с. 20-36], 3 [с. 44-59], 9 [с. 28-38], 13 [с. 24-43], 20 [с. 29-44], 22 [с. 17-27]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (5, 8-11). <i>Питання для поглибленого вивчення:</i> 1. Методи розробки планів. Система планів суб'єктів дизайну 2. Процес планування: формування стратегії розвитку, визначення тактики, складання оперативних планів 3. Організація контролювання у сфері дизайну 4. Мотивація, стимулювання та маніпулювання їх взаємозв'язок у сфері дизайну 5. Процес та методи контролювання. Контролінг у сфері дизайну. 6. Регулювання як процес <i>Практичне заняття</i> 1. Вирішення ситуаційних вправ (кейсів) 2. Обговорення результатів виконання практичних завдань:	3 2 2

1	2	3
	2.1. Визначити та презентувати місію та цілі діючого суб'єкту дизайну на основі використання інтерактивних ресурсів 2.2. Дослідити системи та напрями реалізації функції мотивування у сфері дизайну 2.3. Підготувати та презентувати програму удосконалення організування роботи суб'єкту дизайну за ситуаціями, що надані викладачем (завдання виконується у міні-групах)	
Розуміння сутності та видів методів управління, змісту механізмів управління, особливостей їх формування у дизайні Знання змісту методів та структури та видів механізмів управління, умов та особливостей їх застосування у сфері дизайну Уміння	Тема 3. Методи, технології та інструментарій менеджменту суб'єктів дизайну <i>Питання лекції</i> 1. Методи та інструменти дизайн-менеджменту 2. Організаційно-розпорядчі та адміністративно-розпорядчі методи у сфері дизайну 3. <i>Економічні методи менеджменту</i> 4. <i>Соціально-психологічні методи менеджменту суб'єктів дизайну</i> 5. Технології та інструментарій менеджменту у сфері дизайну Список рекомендованих джерел - <i>основний</i>: 1 [с. 80-97], 2 [с. 60-66], 3 [с. 58-69], 4 [с. 77-89], 5[с. 124-127] - <i>додатковий</i>: 1 [с. 64-83], 2 [с. 20-36], 3 [с. 44-59], 9 [с. 28-38], 13 [с. 54-73], 20 [с. 39-64], 22 [с. 97-107] - <i>Інтернет-ресурси</i>: 5, 8-11 Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання основних (1 [с. 80-97], 2 [с. 60-66], 3 [с. 58-69], 4 [с. 77-89], 5[с. 124-127]), додаткових (1 [с. 64-83], 2 [с. 20-36], 3 [с. 44-59], 9 [с. 28-38], 13 [с. 54-73], 20 [с. 39-64], 22 [с. 97-107] та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (5, 8-11). Питання для поглибленого вивчення: 1. Фактори, що визначають характерні ознаки методів менеджменту	2 2

1	2	3
застосування механізмів управління та економічних, організаційно- розпорядчих та соціально- психологічних методів в управлінні суб'єктами дизайну	2. Адміністративні методи менеджменту 3. <i>Поняття механізму менеджменту, основні підходи до його визначення</i> 4. Структура механізму управління	
	<i>Практичне заняття</i> 1. Проведення тестування за основними питаннями лекції та самостійної роботи 2. Обговорення результатів виконання практичних завдань: 2.1. Здійснити діагностику та презентувати систему економічних методів менеджменту діючого суб'єкту дизайну (на вибір студента); 2.2. Здійснити діагностику та презентувати систему організаційно-розпорядчих методів управління діючого суб'єкту дизайну (на вибір студента); 2.3. Здійснити діагностику та презентувати систему соціально-психологічних методів менеджменту діючого суб'єкту дизайну (на вибір студента)	2
Розуміння перспектив розвитку сучасної дизайн-індустрії, вимог до послуг дизайну Знання факторів впливу на формування дизайнерського	Тема 4. Суб'єкти бізнесу в сфері дизайну <i>Питання лекції</i> 1. <i>Тренди, проблеми та перспективи розвитку індустрії дизайну в Україні та світі</i> 2. Дизайн як вид бізнесу 3. <i>Філософія клієнтоорієнтованості у сфері дизайну</i> 4. <i>Поняття «економіка вражень»</i> 5. Вимоги до послуг дизайну в умовах розвитку економіки вражень Список рекомендованих джерел - <i>основний:</i> 1 [с. 90-107], 2 [с. 50-76], 3 [с. 48-59], 4 [с. 57-69], 5 [с. 94-108] - <i>додатковий:</i> 1 [с. 34-53], 2 [с. 40-66], 7 [с. 44-59], 10 [с. 28-38], 12 [с. 24-43], 14 [с. 39-64], 19 [с. 67-87], 23 [с. 68-93]. - <i>Інтернет-ресурси:</i> 2, 6, 9-11 Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі	2
		2

1	2	3
продукту, цінностей та маркерів економіки вражень Уміння визначити тренди та перспективи розвитку сфери дизайну	опрацювання основних (1 [с. 90-107], 2 [с. 50-76], 3 [с. 48-59], 4 [с. 57-69], 5 [с. 94-108]), додаткових (1 [с. 34-53], 2 [с. 40-66], 7 [с. 44-59], 10 [с. 28-38], 12 [с. 24-43], 14 [с. 39-64], 19 [с. 67-87], 23 [с. 68-93]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (2, 6, 9-11). Питання для поглибленого вивчення: 1. Сучасна індустрія дизайну та її складові 2. Модель масової кастомізації економіки вражень. 3. Суб'єкти дизайну як господарсько-майнові комплекси, виробничо-господарські структури.	3
	<i>Практичне заняття</i> 1. Проведення тестування за основними питаннями лекції та самостійної роботи 2. Підготовка та обговорення (презентація) проблемних питань щодо успішного та ефективного розвитку інфраструктури сфери дизайну України та регіонів 3. Обговорення результатів виконання практичних завдань: 3.1. Підприємства, організації, заклади та види діяльності, що формують дизайн-індустрію 3.2. Клієнтоорієнтовані моделі управління суб'єктами дизайну 3.3. Цінності та маркери економіки вражень 3.4. Дизайнерський продукт: поняття та складові	2
Розуміння характеристики елементів дизайн-мислення та його	Тема 5. Дизайн-мислення у бізнесі <i>Питання лекції</i> 1. Сутність дизайн-мислення та його роль у бізнес-проектуванні. 2. <i>Історія зародження та розвитку дизайн-мислення.</i> 3. Етапи дизайн-мислення 4. <i>Інструменти дизайн-мислення у бізнесі</i> 5. Дизайн продукту (product design).	2

1	2	3
роль у бізнес-проектуванні	6. Бізнес-моделі компаній у сфері дизайну 7. <i>Клієнтоорієнтованість продуктового дизайну</i>	
Знання етапів дизайн-мислення та особливостей реалізації дизайну продукту	Список рекомендованих джерел - <i>основний:</i> 1 [с. 90-107], 2 [с. 50-76], 3 [с. 48-59], 4 [с. 57-69], 5 [с. 94-108] - <i>додатковий:</i> 1 [с. 34-53], 2 [с. 40-66], 7 [с. 44-59], 10 [с. 28-38], 12 [с. 24-43], 14 [с. 39-64], 19 [с. 67-87], 23 [с. 68-93] - <i>Інтернет-ресурси:</i> 2, 6, 9-11	
Уміння вирішувати проблемні питання щодо реалізації продуктового дизайну у різних сферах діяльності	Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання основних (1 [с. 90-107], 2 [с. 50-76], 3 [с. 48-59], 4 [с. 57-69], 5 [с. 94-108]), додаткових (1 [с. 34-53], 2 [с. 40-66], 7 [с. 44-59], 10 [с. 28-38], 12 [с. 24-43], 14 [с. 39-64], 19 [с. 67-87], 23 [с. 68-93]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (2, 6, 9-11). Питання для поглибленого вивчення: 1. Дизайн-мислення у проектуванні доступності та інклюзивності продукту у різних сферах діяльності. 2. Ітеративний дизайн-процес у бізнес-моделюванні 3. Процеси продуктового дизайну	2
	Практичне заняття 1. Проведення тестування за основними питаннями лекції та самостійної роботи 2. Підготовка та презентація проблемних питань щодо успішної та ефективної реалізації продуктового дизайну у різних сферах діяльності 3. Вирішення ситуаційних вправ.	2
	Тема 6. Адміністрування бізнесу у сфері дизайну	

1	2	3
Розуміння організаційних процесів відкриття власної справи у сфері дизайну Знання правових аспектів діяльності суб'єктів дизайну, моделі розвитку та трансформації власної справи у сфері дизайну	<i>Питання лекції</i> 1. Поняття «адміністрування бізнесу» як інструмент менеджменту 2. Відкриття та реєстрація бізнесу у сфері дизайну. 3. <i>Регламент створення підприємства й складання статутних документів</i> 4. Порядок реєстрації підприємства в органах державної реєстрації 5. Припинення діяльності підприємницьких структур у сфері дизайну: підстави та способи. 6. Мікро- та мале підприємництво у сфері дизайну 7. <i>Недобросовісна конкуренція у сфері дизайну: прояви та методи запобігання</i> Список рекомендованих джерел - законодавчі та нормативні акти: 1-3 - основний: 1 [с. 190-207], 2 [с. 150-176], 3 [с. 108-159] - додатковий: 2 [с. 49-69], 7 [с. 144-159], 10 [с. 228-238], 12 [с. 24-43], 14 [с. 39-64], 19 [с. 67-87], 23 [с. 68-93], 24 [с. 170-186] - Інтернет-ресурси: 2, 7, 9-11	2
Уміння створення засновницьких документів, формування статутного капіталу, відкриття рахунків та реєстрації підприємства з	Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання законодавчих (1-3), основних (1 [с. 190-207], 2 [с. 150-176], 3 [с. 108-159]), додаткових (2 [с. 49-69], 7 [с. 144-159], 10 [с. 228-238], 12 [с. 24-43], 14 [с. 39-64], 19 [с. 67-87], 23 [с. 68-93], 24 [с. 170-186]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (2, 6, 9-11). Питання для поглибленого вивчення: 1. Фізична особа підприємництва: правовий статус та відповідальність. 2. Характеристика джерел формування статутного капіталу новоствореної підприємницької структури 3. Взаємовідносини з державною фіскальною службою, пенсійним фондом, органами статистики	2

1	2	3
одержанням ознак юридичної особи	4. Переваги та ризики ведення власної справи 5. Моделі розвитку та трансформації власної справи у сфері дизайну 6. Поняття та види конкуренції на ринку послуг гостинності 7. Отримання необхідних дозволів, ліцензій та патентів у сфері дизайну. 8. Особливості управління некомерційними організаціями у сфері дизайну	
	<i>Практичне заняття</i> Вирішення індивідуального творчого завдання: 1. Обґрунтувати підприємницьку ідею створення бізнесу у сфері дизайну(на вибір здобувача). 2. Визначити тип та організаційно-правову форму підприємства. 3. Обґрунтувати процедуру та етапи відкриття та реєстрації бізнесу у сфері дизайну. 4. Підготувати пакет засновницьких документів щодо започаткування бізнесу у сфері дизайну. 5. Запропонувати можливі моделі розвитку та трансформації власної справи у сфері дизайну	2
Розуміння аутсорсингу та аутстафінгу у сфері дизайну Знання правових аспектів формування аутсорсингових/	Тема 7. Аутсорсинг та аутстафінг у сфері дизайну <i>Питання лекції</i> 1. Сучасні практики аутсорсингу та аутстафінгу у сфері дизайну 2. Чинники ефективності використання аутсорсингу та аутстафінгу у сфері дизайну. 3. <i>Переваги та недоліки аутсорсингу та аутстафінгу</i> 4. <i>Показники оцінки ефективності аутсорсингових/аутстафінгових проєктів</i> 5. <i>Колаборація у сфері дизайну: поняття та моделі співпраці.</i> Список рекомендованих джерел - законодавчі та нормативні акти: 1-8, 12, 13, 18-22 - основний: 1 [с. 201-207], 2 [с. 185-186], 3 [с. 138-159]	2

1	2	3
аутстафінгових взаємовідносин між суб'єктами дизайну та підприємствами-провайдерами Уміння обґрунтовувати доцільність та ефективність аутсорсингових/аутстафінгових проєктів у сфері дизайну	- <i>додатковий</i>: 2 [с. 111-199], 6 [с. 124-129], 8 [с. 108-118], 12 [с. 124-143], 14 [с. 99-104], 19 [с. 37-39], 24 [с. 123-156] - <i>Інтернет-ресурси</i>: 2, 6, 9-11, 14	3
	Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання основних (1 [с. 201-207], 2 [с. 185-186], 3 [с. 138-159]), додаткових (2 [с. 111-199], 6 [с. 124-129], 8 [с. 108-118], 12 [с. 124-143], 14 [с. 99-104], 19 [с. 37-39], 24 [с. 123-156]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (2, 6, 9-11). Питання для поглибленого вивчення: 1. Види аутсорсингу у сфері дизайну та форми взаємодії 2. Переваги залучення підприємств-аутсорсерів у дизайні 3. Ринок фірм, які пропонують послуги аутсорсингу для сфери дизайну. 4. Наслідки аутсорсингу: shrinking, downsizing, delevering, spinoff, екстерналізація. 5. Аутстафінг у сфері дизайну	4
	<i>Практичне заняття</i> 1. Проведення тестування за основними питаннями лекції та самостійної роботи 2. Презентувати результати дослідження послуг аутсорсингу у сфері дизайну, доцільність його застосування та визначити ключові перешкоди для розвитку аутсорсингу в Україні. 3. Вирішення кейсів. Умови та особливості співпраці у форматі аутстафінгу (функції, права, обов'язки та відповідальність провайдера (підприємства-аутстафера)	2
Розуміння сутності та особливостей системи управління	Тема 8. Менеджмент персоналу у сфері дизайну <i>Питання лекції</i> 1. Персонал суб'єктів дизайну: підходи до визначення, класифікація, вимоги 2. Управління персоналом (HR-Management) як специфічна функція менеджменту 3. Відбір, набір персоналу у сфері дизайну. Джерела пошуку кандидатів на посаду 4. Адаптація та навчання персоналу у сфері дизайну	2

1	2	3
персоналом суб'єктів дизайну	5. Критерії та різновиди професійного та ділового оцінювання персоналу у дизайні. 6. <i>Управління мобільністю персоналу у сфері дизайну.</i>	
Знання основних елементів системи управління персоналом та моделей управління персоналом суб'єктів дизайну	Список рекомендованих джерел - законодавчі та нормативні акти: 1, 3-5 - основний: 1 [с. 90-107], 2 [с. 50-76], 3 [с. 48-59], 4 [с. 57-69], 5 [с. 94-108] - додатковий: 1 [с. 34-53], 2 [с. 140-166], 3 [с. 144-159], 10 [с. 128-138], 12 [с. 124-143], 14 [с. 139-164], 16 [с. 17-67], 19 [с. 268-293], 21 [с. 140-166], 23 [с. 228-238] - Інтернет-ресурси: 4, 7, 10-12	
Уміння формування та забезпечення функціонування ефективної системи управління персоналом суб'єктів дизайну	Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання законодавчих та нормативних актів (1, 3-5), основних (1 [с. 34-53], 2 [с. 140-166], 3 [с. 144-159], 10 [с. 128-138], 12 [с. 124-143], 14 [с. 139-164], 16 [с. 17-67], 19 [с. 268-293], 21 [с. 140-166], 23 [с. 228-238]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (4, 7, 10-12). Питання для поглибленого вивчення: 1. HR-процеси системи управління персоналом суб'єктів дизайну 2. Кадрове, інформаційно-технічне, нормативно-методичне та правове забезпечення системи управління персоналом 3. Структура та характеристика персоналу суб'єктів дизайну: організаційна, функціональна, штатна, компетентно-правова, соціальна, рольова. 4. Управління плануванням, найманням та звільненням персоналу суб'єктів дизайну	4
	Практичне заняття 1. Проведення тестування за основними питаннями лекції та самостійної роботи 2. Підготувати презентацію щодо змісту методів та технологій навчання персоналу діючого суб'єкта дизайну (обирається студентом самостійно за узгодженням з викладачем)	2

1	2	3
	3. Підготувати презентацію особливостей системи управління персоналом діючого суб'єкта дизайну (обирається студентом самостійно за узгодженням з викладачем) 4. Розробити штатний розклад персоналу діючого суб'єкта дизайну (обирається студентом самостійно за узгодженням з викладачем)	
Розуміння сутності та особливостей організації роботи дизайн-команд Знання принципів, моделей, методів керівництва командами у сфері дизайну Уміння формування згуртованого колективу, орієнтованого на загальну мету	Тема 9. Організація роботи дизайн-команд <i>Питання лекції</i> 1. Командний менеджмент у дизайні 2. Етапи командоутворення. 3. <i>Модель ідеальної команди. Фактори та умови, що впливають на результативність командної роботи</i> 4. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада 5. Моделі оцінки поведінки (типології) людей у команді 6. <i>KPI успішного лідера у сфері дизайну</i> Список рекомендованих джерел - законодавчі та нормативні акти: 1, 3-5 - основний: 1 [с. 290-302], 2 [с. 259-296], 3 [с. 248-259], 4 [с. 157-169], 5 [с. 194-208] - додатковий: 1 [с. 134-153], 2 [с. 140-166], 3 [с. 244-259], 10 [с. 228-238], 12 [с. 124-143], 14 [с. 139-164], 16 [с. 17-67], 19 [с. 68-93], 20 [с. 231-253] - Інтернет-ресурси: 4, 7, 10-12 Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання законодавчих та нормативних актів (1, 3-5), основних (1 [с. 290-302], 2 [с. 259-296], 3 [с. 248-259], 4 [с. 157-169], 5 [с. 194-208]), додаткових (1 [с. 134-153], 2 [с. 140-166], 3 [с. 244-259], 10 [с. 228-238], 12 [с. 124-143], 14 [с. 139-164], 16 [с. 17-67], 19 [с. 68-93], 20 [с. 231-253]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (4, 7, 10-12).	2 4

1	2	3
діяльності суб'єктів дизайну	Питання для поглибленого вивчення: 1. Тімбілдинг. Ознаки ефективної команди. 2. Правила роботи ефективної команди за Д.Мак-Грегором. 3. Соціальна карта працівника 4. Управління лідерством у дизайн-командах	
	<i>Практичне заняття</i> 1.Вирішення практичного завдання: «Розроблення програми розвитку згуртованості дизайн-команди» (завдання виконується у міні-групах) 2. Вирішення кейсів «Мінімізація конфліктних ситуацій у дизайн-командах». 3. Підготувати есе на тему: «Особливість формування дизайн-команд»	2
Розуміння сутності та особливостей побудови організаційної поведінки персоналу суб'єктів дизайну Знання принципів, моделей, методів діагностики	Тема 10. Управління організаційною поведінкою дизайн-команд <i>Питання лекції</i> 1. Організаційна поведінка як об'єкт менеджменту та характеристика факторів, що її визначають 2. <i>Організаційна культура: поняття, завдання та функції.</i> 3. <i>Корпоративна культура у дизайн-командах: сутність, елементи та моделі</i> 4. Well-being-концепція як пріоритет HR-стратегії у дизайні. 5. HR-бренд роботодавця у сфері дизайну Список рекомендованих джерел - законодавчі та нормативні акти: 2-6 - основний: 1 [с. 50-67], 2 [с. 220-236], 3 [с. 244-253], 4 [с. 137-169], 5[с. 134-178] - додатковий: 1 [с. 34-53], 2 [с. 20-36], 3 [с. 44-59], 9 [с. 28-38], 13 [с. 124-143], 20 [с. 129-144], 22 [с. 217-227] - Інтернет-ресурси: 5, 8-11	2

1	2	3
організаційної поведінки, особливостей формування корпоративної культури у сфері дизайну Уміння формування та розвитку ефективної корпоративної культури у сфері дизайну	Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання законодавчих та нормативних актів (2-6), основних (1 [с. 50-67], 2 [с. 220-236], 3 [с. 244-253], 4 [с. 137-169], 5[с. 134-178]), додаткових (1 [с. 34-53], 2 [с. 20-36], 3 [с. 44-59], 9 [с. 28-38], 13 [с. 124-143], 20 [с. 129-144], 22 [с. 217-227]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (5, 8-11). Питання для поглибленого вивчення: 1. Гейміфікація в HR у сфері дизайну 2. Концепції та теорії організаційної поведінки 3. Елементи корпоративної культури за І. Адізесом 4. Соціальна карта працівника 5. Рейтинги роботодавців у сфері дизайну	3 4
	<i>Практичне заняття</i> 1. Вирішення практичного завдання: «Розроблення програми формування HR-бренд роботодавця у сфері дизайну» (завдання виконується у міні-групах) 2. Вирішення кейсів «Комплекс відмінника», «Делегувати не можна виконувати самому».	2
Розуміння сутності та особливостей самоменеджменту та самобрендингу у сфері дизайну	Тема 11. Самоменеджмент та самобрендинг дизайнера <i>Питання лекції</i> 1. Сутність, зміст і принципи самоменеджменту у дизайні 2. <i>Тайм-менеджмент: поняття, мета, переваги, принципи, можливості</i> 3. <i>Самобрендинг дизайнера. Фактори успіху</i> 4. Управління кар'єрою у сфері дизайну 5. Оцінка ефективності роботи менеджера <i>Список рекомендованих джерел</i>	

1	2	3
Знання принципів, моделей, методів самоменеджменту та самобрендингу дизайнера Уміння оптимально управляти власними ресурсами та талантами	- <i>основний</i>: 1 [с. 270-276], 3 [с. 288-299], 5 [с. 294-308] - <i>додатковий</i>: 1 [с. 234-253], 2 [с. 240-266], 3 [с. 244-259], 10 [с. 228-238], 12 [с. 124-143], 14 [с. 139-164], 16 [с. 17-67], 19 [с. 68-93], 22 [с. 150-176] - <i>Інтернет-ресурси</i>: 4, 7, 10-12	3
	Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання основних (1 [с. 270-276], 3 [с. 288-299], 5 [с. 294-308]), додаткових (1 [с. 234-253], 2 [с. 240-266], 3 [с. 244-259], 10 [с. 228-238], 12 [с. 124-143], 14 [с. 139-164], 16 [с. 17-67], 19 [с. 68-93], 22 [с. 150-176]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (4, 7, 10-12). Питання для поглибленого вивчення: 1. Зміст понять «самоосвіта», «саморозвиток», «самоконтроль», «самотивація», «самобрендинг» 2. Правила тайм-менеджменту у сфері дизайну. Корпоративний тайм-менеджмент 3. Взаємовідносини між керівником і неформальним лідером 4. Самоаналіз як основа ефективного лідерства	6
	<i>Практичне заняття</i> 1. Проведення тестування за основними питаннями лекції та самостійної роботи 2. Вирішення кейсових завдань на тему «Підходи, методи та методики організації процесів тайм-менеджменту: метод «Альпи», SMART-технології, ABC-аналіз, принцип Ейзенхауера, технології досягнення результатів, оптимізація витрат часу на основі пріоритету, стратегії відмов» 3. Підготувати есе для дискусії на тему «Фактори, які впливають на навички та здібності менеджера»	2
	Тема 12. Комунікативний менеджмент у дизайні <i>Питання лекції</i> 1. Поняття та сутність комунікативного менеджменту у сфері дизайну	

1	2	3
Розуміння сутності та інструментів комунікативного менеджменту суб'єктів дизайну Знання особливостей вербальної та невербальної комунікації у процесі спілкування у сфері дизайну Уміння забезпечення ефективної комунікації у сфері дизайну	2. Психологічні способи впливу в процесі спілкування у сфері дизайну 3. Оцінка емоційного стану партнера по спілкуванню. 4. <i>Методика і практика вербального спілкування у сфері дизайну</i> 5. <i>Методика і практика невербального спілкування у сфері дизайну</i> 6. Емоційний інтелект та його роль у сфері дизайну Список рекомендованих джерел - <i>основний</i>: 1 [с. 100-167], 2 [с. 160-166], 3 [с. 128-169], 4 [с. 177-189], 5[с. 114-127] - <i>додатковий</i>: 1 [с. 164-183], 2 [с. 120-136], 3 [с. 144-159], 9 [с. 128-138], 13 [с. 54-73], 20 [с. 139-164], 22 [с. 197-207], 25 [с. 198-221] - <i>Інтернет-ресурси</i>: 5, 8-11	3 2
	Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання основних (1 [с. 100-167], 2 [с. 160-166], 3 [с. 128-169], 4 [с. 177-189], 5[с. 114-127]), додаткових (1 [с. 164-183], 2 [с. 120-136], 3 [с. 144-159], 9 [с. 128-138], 13 [с. 54-73], 20 [с. 139-164], 22 [с. 197-207], 25 [с. 198-221]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (5, 8-11). Питання для поглибленого вивчення: 1. Невербальні засоби спілкування: кінесика, проксемика, окулістика, такесика, вокаліка, об'єктика, сенсорика та хронеміка в комунікативній практиці у сфері дизайну 2. Основні поняття та положення теорії нейролінгвістичного програмування (НЛП) 3. Міжкультурна комунікація у сфері дизайну 4. Складові комунікативної культури та принципи комунікативної поведінки у сфері дизайну	2
	<i>Практичне заняття</i>	2

1	2	3
	1. Вирішення ситуаційного завдання «Сприйняття і розуміння партнера по спілкуванню у сфері дизайну» (ситуація надається викладачем; завдання виконується у міні-групах) 2. Вирішення ситуаційного завдання «Аналіз невербальної поведінки співрозмовника. Діагностика нещирої поведінки партнера по спілкуванню» (ситуація надається викладачем; завдання виконується у міні-групах)	
Розуміння сутності та інструментів комунікативного менеджменту суб'єктів дизайну Знання особливостей психологічної оцінки поведінки замовників послуг дизайну та ділових партнерів у процесі спілкування Уміння	Тема 13. Управління комунікаціями у сфері дизайну <i>Питання лекції</i> 1. Психологічна типологія та психологічний аналіз замовників (споживачів послуг дизайну) 2. Комунікаційні технології особистих продажів у дизайні 3. Порядок ведення переговорного процесу. Діловий протокол 4. <i>Поняття про комунікативні бар'єри, їх види у сфері дизайну</i> 5. <i>Pitching та його роль у просуванні проєктів у сфері дизайну</i> Список рекомендованих джерел - <i>основний</i>: 1 [с. 100-167], 2 [с. 160-166], 3 [с. 128-169], 4 [с. 177-189], 5[с. 114-127] - <i>додатковий</i>: 1 [с. 164-183], 2 [с. 120-136], 3 [с. 144-159], 9 [с. 128-138], 13 [с. 54-73], 20 [с. 139-164], 22 [с. 197-207], 25 [с. 198-221] - <i>Інтернет-ресурси</i>: 5, 8-11 Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання основних (1 [с. 100-167], 2 [с. 160-166], 3 [с. 128-169], 4 [с. 177-189], 5[с. 114-127]), додаткових (1 [с. 164-183], 2 [с. 120-136], 3 [с. 144-159], 9 [с. 128-138], 13 [с. 54-73], 20 [с. 139-164], 22 [с. 197-207], 25 [с. 198-221]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (5, 8-11). Питання для поглибленого вивчення:	2 2

1	2	3
забезпечення ефективної ділової комунікації у сфері дизайну	1. Психологічна оцінка поведінки замовників (споживачів послуг дизайну) та ділових партнерів у процесі спілкування 2. Технології налагодження контакту зі споживачем дизайн-послуг 3. Методика і практика ведення дебатів, полеміки, телефонних розмов, проведення інтерв'ю у сфері дизайну 4. Формування ділового комунікативного стилю дизайнерів	
	<i>Практичне заняття</i> 1. Вирішення ситуційного завдання «Технологія та засоби профілактики та подолання комунікативних бар'єрів у спілкуванні на прикладі діючого суб'єкту дизайну» (ситуація надається викладачем; завдання виконується у міні-групах) 2. Вирішення ситуційного завдання «Технологія та порядок ведення переговорного процесу на прикладі діючого суб'єкту дизайну» (ситуація надається викладачем; завдання виконується у міні-групах); 3. Вирішення ситуційного завдання «Технології активних продажів у сфері дизайну»	2
Розуміння теоретичних засад управління дизайнерськими проєктами	Тема 14. Управління дизайнерськими проєктами <i>Питання лекції</i> 1. Поняття та структура системи управління дизайнерськими проєктами 2. Ініціалізація та планування дизайнерських проєктів 3. Управління вартістю дизайнерського проєкту 4. <i>Управління ризиками проєктів суб'єктів дизайну</i>	2
Знання	<i>Список рекомендованих джерел</i> - законодавчі та нормативні акти: 1-6 - основний: 1 [с. 201-207], 2 [с. 185-186], 3 [с. 138-159]	

1	2	3
етапів управління дизайнерськими проєктами	- <i>додатковий</i>: 2 [с. 111-199], 6 [с. 124-129], 8 [с. 108-118], 12 [с. 124-143], 14 [с. 99-104], 19 [с. 37-39], 25 [с. 68-93], 26 [с. 123-156] - <i>Інтернет-ресурси</i>: 2, 6	
Уміння ініціювання розроблення та оцінювання ефективності управління дизайнерськими проєктами	Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання законодавчих та нормативних актів (1-6), основних (1 [с. 201-207], 2 [с. 185-186], 3 [с. 138-159]), додаткових (2 [с. 111-199], 6 [с. 124-129], 8 [с. 108-118], 12 [с. 124-143], 14 [с. 99-104], 19 [с. 37-39], 25 [с. 68-93], 26 [с. 123-156]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (2, 6) Питання для поглибленого вивчення: 1. Складові процесу обґрунтування проєкту 2. Сутність процесу «управління часом виконання проєкту». Календар реалізації проєкту. 3. Ефективність соціально-цільової спрямованості проєкту 4. Технології і методи аналізу ризиків дизайнерських проєктів.	2
	<i>Практичне заняття</i> Завдання: 1. Розробити власний дизайнерський проєкт продукту/сервісу. 2. Обґрунтувати доцільність та конкурентні переваги проєкту. 3. Розробити етапи ініціалізації проєкту: формування ідеї проєкту, передпроєктні дослідження, аналітична оцінка можливостей виконання проєкту, заключні результати. 4. Підготувати документальне оформлення ініціювання проєкту.	2
Розуміння	Тема 15. Репутаційний Менеджмент суб'єктів дизайну <i>Питання лекції</i> 1. Поняття ділової репутації та іміджу	2

1	2	3
теоретичних засад репутаційного менеджменту та його технологій у дизайні Знання цілей, видів, методів та принципів репутаційного менеджменту суб'єктів дизайну Уміння забезпечення результативності репутаційного менеджменту суб'єктів дизайну	2. Види іміджу та репутації в менеджменті суб'єктів дизайну 3. Цілі, зміст і завдання репутаційного менеджменту суб'єктів дизайну 4. <i>Технології та методи формування ділової репутації</i> 5. Моніторинг та методи оцінки ділової репутації суб'єктів дизайну 7. <i>Технології і методи управління онлайн репутацією суб'єктів дизайну</i> 8. <i>Громадськість як об'єкт управління репутацією суб'єктів дизайну</i> Список рекомендованих джерел - законодавчі та нормативні акти: 1-6 - основний: 1 [с. 201-207], 2 [с. 185-186], 3 [с. 138-159] - додатковий: 2 [с. 111-199], 6 [с. 124-129], 8 [с. 108-118], 12 [с. 124-143], 14 [с. 99-104], 19 [с. 37-39], 25 [с. 68-93], 28 [с. 28-38] - Інтернет-ресурси: 2, 6, 9-11, 14	3
	Самостійна робота: поглиблене вивчення окремих питань дисципліни на основі опрацювання законодавчих та нормативних актів (1-6), основних (1 [с. 201-207], 2 [с. 185-186], 3 [с. 138-159]), додаткових (2 [с. 111-199], 6 [с. 124-129], 8 [с. 108-118], 12 [с. 124-143], 14 [с. 99-104], 19 [с. 37-39], 25 [с. 68-93], 28 [с. 28-38]) та пошуку інформаційних джерел у середовищі Інтернет (2, 6, 9-11, 14) Питання для поглибленого вивчення: 1. Репутація та імідж дизайнера 2. Інтеграція репутації та іміджу в систему менеджменту суб'єкту дизайну 3. Репутаційний капітал 4. Репутаційне поле 5. Цикли в управлінні репутацією суб'єктів дизайну	2
	<i>Практичне заняття</i> 1. Проведення тестування за основними питаннями лекції та самостійної роботи	2

1	2	3
	2. На основі проведеного аналізу управління діючим суб'єктом дизайну розробити пропозиції щодо удосконалення іміджу та репутаційного менеджменту	
Разом		180
Підсумковий контроль – письмовий екзамен		

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ З ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ

Оцінювання результатів навчання студентів з дисципліни «Дизайн-менеджмент» передбачає проведення таких контрольних заходів:

Форма контрольних заходів	Зміст форми контролю	Максимальна кількість балів
Поточний (семестровий) контроль:	Проводиться на семінарському, практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання завдань практичних робіт. Враховує активність та участь студента у науково-дослідній роботі, студентських олімпіадах, конференціях, конкурсах за відповідною тематикою дисципліни.	100
<i>Практичні та/семінарські заняття, самостійна робота студента</i>	Загальна кількість практичних занять з дисципліни – 17 (34 год). Максимальна кількість балів за одне практичне/семінарське заняття – 5 балів (17 занять x 5 балів).	85
<i>Підсумковий модульний контроль*</i>	Проводиться з метою визначення результатів за період теоретичного навчання студентів як окреме заняття у межах годин, відведених на практичні та семінарські заняття.	10
<i>Наукова робота</i>	Активність та участь студента у науково-дослідній роботі, студентських олімпіадах, конференціях, конкурсах за відповідною тематикою дисципліни.	5
Підсумковий (семестровий) контроль (екзамен)	Засвоєння студентом програми навчальної дисципліни за навчальний період (семестр), що проводиться як контрольний захід під час екзаменаційної сесії для очної (денна) форми навчання та екзаменаційної сесії для заочної форми навчання).	100
Підсумкова оцінка	Проводиться з метою оцінювання результатів навчання студентів за певним освітнім ступенем. Результат підсумкової оцінки з навчальної дисципліни для студента денної форми навчання визначається як <i>середньоарифметична сума балів поточного (семестрового контролю) та екзамену.</i>	100

*Підсумковий модульний контроль з дисципліни «Дизайн-менеджмент» проводиться на останньому за розкладом занятті на платформі «Всеосвіта» у тестовому форматі за результатами вивчення тем дисциплін за семестр. Загальна кількість тестових питань –

10, максимальна кількість балів – 10 б. (по 1 б. за кожну правильну відповідь). Оцінювання та отримання результатів здійснюються на платформі автоматично.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ АУДИТОРНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ (ПРАКТИЧНІ, СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ)

Кількість балів	Зміст
«5»	Студент демонструє вільне володіння матеріалом теми дисципліни; ознайомлений з рекомендованою літературою, вміє самостійно знайти відповідь на проблемні запитання, спираючись на лекційний матеріал та першоджерела; вміє вводити та використовувати власні класифікації, аналізувати, робити власні висновки; здатен встановлювати міжтематичні та міжпредметні зв'язки.
«4»	Студент демонструє достатньо вільне володіння матеріалом теми дисципліни; ознайомлений з рекомендованою літературою та першоджерелами, відповідь на проблемні запитання знаходить за допомогою викладача, спираючись на лекційний матеріал та вивчення першоджерел; допускає неточності та несуттєві (які кардинально не міняють суть) помилки у визначенні основної термінології дисципліни, але легко усуває їх завдяки додатковим питанням.
«3»	Студент частково володіє матеріалом теми дисципліни; репродуктивно відбиває зміст лекційного матеріалу та/або основних літературних джерел; допускає помилки у визначенні основної термінології дисципліни; нездатний знайти відповідь на проблемні запитання, чи вирішити проблемні завдання.
«2»	Студент демонструє нездатність розкрити питання теми дисципліни; не опанував зміст теми, вкрай слабо знає рекомендовану літературу, не володіє нормативною документацією та категорійним апаратом, не знає основних закономірностей, тенденцій розвитку готельного бізнесу; демонструє низький рівень критичного та креативного мислення по темі дисципліни
«1»	Надання відповідей з чисельними значними похибками або вирішення завдання з грубими помилками/без обґрунтування
«0»	Завдання за темою дисципліни не виконано.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ПОЗАУДИТОРНОЇ (САМОСТІЙНОЇ) РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Кількість балів	Зміст
«5»	Робота виконана правильно, повністю і самостійно, відбиває належний рівень знань, та сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються для даного типу завдань; вимоги академічної доброчесності строго дотримані.
«4»	робота виконана самостійно, містить несуттєві помилки, відбиває належний рівень знань сформованість практичних навичок; оформлена згідно вимог, які висуваються для даного типу завдань; вимоги академічної доброчесності строго дотримані.
«3»	робота виконана, але містить помилки, відбиває недостатній рівень знань та недостатню сформованість практичних навичок; оформлення роботи не в повній мірі відповідає вимогам, що висуваються для даного типу завдань; вимоги академічної доброчесності дотримані частково
«2»	робота виконана на неприйнятно низькому рівні; оформлення не відповідає вимогам; вимоги академічної доброчесності не дотримані

«1»	Робота подана, але її зміст не відповідає завданню або виконаний формально. Рівень знань і навичок критично низький, ключові положення теми дисципліни не відображені. Оформлення відсутнє або повністю суперечить установленим вимогам. Вимоги академічної доброчесності грубо порушені (наприклад, значне запозичення без посилань, невласні роботи). Така робота не може бути зарахована, проте факт подання фіксується.
«0»	Робота не подана або відсутні будь-які результати виконання. Повна відсутність змістовної частини, навіть формальних спроб виконати завдання.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ НАУКОВОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Програмою дисципліни «Дизайн-менеджмент» передбачено можливість студента брати участь у науково-дослідній роботі, студентських олімпіадах, конференціях, конкурсах за відповідною тематикою дисципліни (на вибір студента). Максимальна кількість балів для зарахування – 5 балів.

Види наукової діяльності, в яких студент може брати участь:

1. Виступ з доповіддю на студентській науковій конференції – 5 балів.
2. Публікація тез конференції/наукової статті – 5 балів.
3. Призове місце на конкурсі/олімпіаді/науковому проєкті – 5 балів.
4. Розробка та презентація індивідуального науково-дослідницького проєкту – 5 балів.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ПІДСУМКОВОГО (СЕМЕСТРОВОГО) КОНТРОЛЮ (ЕКЗАМЕНУ)

Підсумкова форма контролю за результатами вивчення дисципліни – екзамен у письмовій формі. оцінювання результатів навчання студентів в університеті здійснюється за [100-бальною шкалою](#).

Рейтинговий бал (оцінка за шкалою ЄКТС)	Відповідність рейтинговому балу
90-100 (А, відмінно)	Студент повністю оволодів програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, може дати відповіді на всі питання курсу, опанував рекомендовану літературу. Як виняток, зазначений рейтинговий бал може отримати студент, який, крім відмінних знань за програмою дисципліни, виявив активність у науковій роботі за відповідною тематикою, став призером студентських олімпіад, виступав на конференціях тощо.
82-89 (В, добре)	Студент, який оволодів програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, проте у відповідях допустив неточності.
75-81 (С, добре)	Студент, який в основному оволодів програмою навчальної дисципліни на продуктивному рівні, проте у відповідях допускає несуттєві помилки.
69-74 (D, задовільно)	Студент продемонстрував задовільні результати оволодіння навчальною програмою дисципліни на репродуктивному рівні та у відповідях допускав помилки.

60-68 (Е, задовільно)	Студент виявив мінімально достатній рівень знань з дисципліни, необхідний для продовження навчання, вивчив основні терміни дисципліни та орієнтується у матеріалах базового підручника.
0-59 (FX, незадовільно)	Студент повинен додатково виконати індивідуальне завдання для підвищення рівня своїх знань і повторно перескласти підсумковий контроль.

Екзаменаційні матеріали до підсумкового (семестрового) контролю (екзамену) складаються на основі програми та робочої програми дисципліни, охоплюють її зміст та розподілені в екзаменаційних білетах. У **структурі екзаменаційного білету** з дисципліни передбачено **4 завдання**:

- ✓ 1, 2, 3 – теоретичного спрямування, які оцінюються у 30, 25 та 20 балів відповідно;
- ✓ 4 – практико-орієнтоване (25 балів максимум).

Загальна оцінка за екзамен визначається як сума балів за усі виконані завдання (100 б. максимум).

Кращим студентам (але не більше 3-ох), які повністю виконали програму з дисципліни, виявили активність в науково-дослідній роботі за тематикою дисципліни, стали призерами студентських олімпіад, конкурсів наукових робіт, виступали на конференціях та за результатами поточного (семестрового) контролю набрали 90 і більше балів **передбачено виставлення результатів екзамену без виконання екзаменаційного завдання**, про що робиться запис в екзаменаційному листі студента.

Відповідно до [«Положення про організацію освітнього процесу студентів»](#) усі студенти допускаються до екзамену. Присутність студентів на екзамені є обов'язковою.

Повторне складання екзамену з дисципліни «Дизайн-менеджмент» допускається, але не більше двох разів. При незадовільній оцінці з першої спроби науково-педагогічному працівнику з даної дисципліни, вдруге екзамен приймається комісією, яка створюється деканатом факультету.

Результат підсумкової оцінки з навчальної дисципліни для студента денної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточного (семестрового контролю) та екзамену.

4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ¹

Законодавчі та нормативні акти

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003р. №436-IV. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua> (дата звернення 09.11.2023 р.).
2. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003 № 755-IV [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua>
3. Національний класифікатор професій України ДК 003:2010. Держспоживстандарт України: Наказ від 28.07.2010 р. № 327. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10> (дата звернення 09.11.2023 р.).
4. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січня 2001 року № 2210-III URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text> (дата звернення 09.11.2023 р.).
5. Про захист прав споживачів : Закон України – від 12 травня 2001 р. № 1023-ХІІ / зі змінами, внесеними згідно із Законом № 1779- VI (1779-17) від 17.12.2009.— К. : ВВР, 2010, 39.— с. 84. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення 09.11.2023 р.).
6. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. №435-IV. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua>. (дата звернення 09.11.2023 р.)

Основний

1. Дудар Т., Дудар В., Волошин Р. Менеджмент. Навчальний посібник/ Центр учбової літератури, 2024. – 335 с.
2. Кундицький О. О. Менеджмент: навч. посібник. – Львів : Видавництво ПП "Магнолія 2006", 2024. – 316 с.
3. Менеджмент: навч. посібник для здобувачів вищої освіти / Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Львів, Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. – 356 с.
4. *Основи менеджменту : підручник; за ред. А. А. Мазаракі, І. В. Чумаченко. Харків. Фоліо. 2014. – 846 с.*
5. Сафронова О.О. Сучасні технології дизайн-діяльності : навч. посіб. для студентів спец. 022 Дизайн / О.О. Сафронова; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - Київ : КНУТД, 2019. - 207 с.

Додатковий

1. Адамс Шон Як дизайн спонукає нас думати. //Переклад з англ. М. Тимченко. Вид-во: ArtHuss, 2022. – 256 с.
2. Барнет Б., Еванз Д. Дизайн-мислення. Спроектуй своє життя / пер. з англ.

¹джерела, виділені курсивом, є у наявності у бібліотеці ДТЕУ

- В. Глінка. – К. : Наш формат, 2018. – 224 с.
3. Гардабхадзе І.А. Інновації у дизайні: ролі, тенденції, управління, ефективність: монографія / Ірина Гардабхадзе ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, НДІ. - Київ : КНУКіМ, 2019. - 176 с.
 4. Гринів І. Мистецтво стратегії. Вид-во: Фоліо, 2023. – 256 с.
 5. ГаннетАллен Творча крива. Як створити потрібну ідею в потрібний час. Вид-во: КМ-БУКС, 2018.
 6. Іванов О. Як придумати ідею, якщо ви не Огілві. Вид-во: Моноліт-Bizz, 2020. – 216 с.
 7. Кріс Гріффітс, Меліна Кості Посібник із креативного мислення. Вид-во «Фабула», 2020 – 351 с.
 8. *Менеджмент : навч. посіб. [Н. С. Краснокутська та ін.]. Харків. Друкарня Мадрид. 2019. – 230 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/40291/5/Book_2019_Krasnokutska_Menedzhment.pdf*
 9. Олійник О.П. Теорії та концепції дизайну : навч. посіб. для студентів ВНЗ / О. П. Олійник ; Нац. авіац. ун-т. - Київ : Олді-Плюс : НАУ, 2020. - 255 с.
 10. Орловська Ю. В. Світові ринки креативних послуг в умовах сучасної економічної глобалізації: ІТ, телекомунікації, дизайн та інжиніринг: монографія / Ю. В. Орловська, О. О. Квактун, В. С. Чала ; Держ. ВНЗ "Придніпров. держ. акад. буд-ва та архітектури". - Дніпро : ПДАБА, 2017. - 228 с.
 11. *Основи менеджменту. Теорія і практика : навч. посіб. / [авт.: Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, В.С. Ціпуринда та ін.]; за заг. ред. Г. Є. Мошека. Київ: Видавництво Ліра-К, 2021. – 528 с.*
 12. *Осовська, Г.В., Осовський О. А. Менеджмент : підручник. 4-те вид., переробл. і допов. Київ . Кондор, 2021. – 562 с.*
 13. Психологія мислення : підручник / [І. Д. Пасічник, Р. В. Каламаж, О. В. Матласевич та ін.] ; за ред. І. Д. Пасічника. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. – 560 с.
 14. Саленбахер Юрген Креативний особистий брендинг. Вид-во: Фабула, 2019. – 224 с.
 15. Тодорова О. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікацій. Вид-во: Інтерконтиненталь-Україна, 2020. – 192 с.
 16. Хоффман Грег Як створити емоцію. Уроки творчого лідерства Nike. Вид-во: Лабораторія, 2023. – 272 с.
 17. Чупріна Н.В. Сучасні технології дизайн-діяльності: навч. посіб. для студентів спец. 022 Дизайн / Н. В. Чупріна, Т. В. Струмінська ; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - Київ : КНУДТ, 2017. - 415 с.
 18. Brown T. Design Thinking. Harvard business review, 2008, vol. 86(6), pp. 84-92.
 19. Carlgren L. Framing design thinking: The conceptin idea and enactment, Creativity and Innovation Management, 2016

- 20.Cerejo J., Barbosa A. The application of design thinking methodology on research practices: a mind map of tools and method. Access mode: http://issuu.com/joanacerejo/docs/the_application_of_design_thinking_methodology_on
- 21.IngallsVanada, D. (2011). Designing Thinking: Developing Dynamic Learners in the Arts. Saarbrücken, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing. 74
- 22.Karin Lindgaard & Heico Wesselius, "Once More with Feeling: Design Thinking and Embodied Cognition," SheJi: The Journal of Design, Economics, and Innovation 3, no. 2 (2017): 83–92, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2017.05.004>.
- 23.Mahmoud-Jouini S., Midler C. Contributions of design thinking to project management in an innovation context. Project management journal, 2016, vol. 47(2), pp. 144-156. doi: 10.1002/pmj.21577
- 24.Owen C. Design thinking: notes on its nature and use. Design research quarterly, 2007, vol. 2, pp. 16-27.
- 25.Selloni, D., & Corubolo, M. (2017). Design for Social Enterprises: How Design Thinking Can Support Social Innovation within Social Enterprises. Design Journal, 20(6), 775-794. doi:10.1080/14606925.2017.1372931.
- 26.The ultimate mind mapping software – Режим доступу до ресурсу : <https://www.imindq.com/>
- 27.Toubia, O. (2006). Idea Generation, Creativity, and Incentives. Marketing Science, 25(5), 411-425. Режим доступу до ресурсу: https://www.ams-inc.com/pdf/Toubia_MarketingScience.pdf.
- 28.Vanada D. I. Practically creative: the role of design thinking as an improved paradigm for 21st century art education. Techne Series A, 2007, vol. 21(2), pp. 21-33.

Інтернет-ресурси

1. IDEO (global design company) – Режим доступу до ресурсу : <https://www.ideo.com/eu/>
2. Kickstarter – Режим доступу до ресурсу : <https://www.kickstarter.com/>
3. Аналітична онлайн-система YouControl [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://youcontrol.com.ua/dashboard/>
4. Спілка дизайнерів України [Офіційний сайт]. – Режим доступу : <http://sdu.sitepulse.com.ua>
5. Бізнес ідеї для малого бізнесу в Україні [Електронний ресурс]: режим доступу: <http://ua.prostobiz.ua>.
6. Власний бізнес. Етап генерування бізнес-ідей. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://business-territory.com>.
7. Дія. Бізнес – офіційна сторінка національного проєкту: <https://business.diia.gov.ua>
8. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

9. Інтернет-портал для управлінців – Режим доступу :
www.management.com.ua
10. Інформаційно-правовий портал «Закони України» [Електронний ресурс]. –
Режим доступу : <http://uazakon.com/>
11. Офіційний сайт Державної інспекції України з питань захисту прав
споживачів. Режим доступу: [http:// reestr.fru.org.ua/derzhavna-inspektsiya-
ukrayiny-z-py-tan-z](http://reestr.fru.org.ua/derzhavna-inspektsiya-ukrayiny-z-py-tan-z).
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. - Режим доступу :
www.ukrstat.gov.ua.
13. Планета бізнесу [Електронний ресурс]. Режим доступу:
<http://ua.euronews.com/programs/business-planet>.
14. Management - інтернет-портал для управлінців: URL:
<http://www.management.com.ua/>