

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

Циклова комісія образотворчого мистецтва і дизайну

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
Олексій ЖИЛЬЦОВ  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА І ДИЗАЙНУ**

для студентів

спеціальності	<b>022 Дизайн</b>
освітньої програми	<b>Дизайн</b>
освітньо-кваліфікаційного рівня	<b>молодший спеціаліст</b>

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти

Програма № 1914/20  
Жильцов  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020

Київ – 2020

**Розробник:**

Олена Валеріївна Казіміренко, викладач циклової комісії образотворчого мистецтва і дизайну Фахового коледжу «Універсум» Київського університету імені Бориса Грінченка

**Викладач:**

Олена Валеріївна Казіміренко, викладач циклової комісії образотворчого мистецтва і дизайну Фахового коледжу «Універсум» Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні циклової комісії образотворчого мистецтва і дизайну

Протокол від 25 серпня 2020 р. № 1

Голова циклової комісії  Ольга ОВЧАРЕНКО

Робочу програму перевірено

26 серпня 2020 р.

Заступник директора з навчально-методичної роботи



Зоя ГЕЙХМАН

Заступник директора з навчальної роботи



Яніна КАРЛІНСЬКА

Пролонговано:

на 20\_\_/20\_\_ н.р. ( \_\_\_\_\_ ), «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. ( \_\_\_\_\_ ), «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. ( \_\_\_\_\_ ), «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. ( \_\_\_\_\_ ), «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
Вид дисциплін	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	1,5/45
Курс	4
Семестр	7
Кількість змістових модулів з розділом:	1
Обсяг кредитів	1,5
Обсяг годин, в тому числі:	45
Аудиторні	28
Модульний контроль	2
Семестровий контроль	-
Самостійна робота	15
Форма семестрового контролю	залік

### 1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Під час вивчення курсу студенти досліджують поняття «маркетингова стратегія», «бренд», «брендинг», виявляють цільову аудиторію товару та її потреби, знайомляться з особливостями спілкування з замовниками та виконавцями продукції, встановлюють роль дизайнера в успішній роботі підприємства на споживчому ринку.

В процесі вивчення дисципліни студент має:

- отримати базові знання з маркетингу та усвідомити зв'язок між маркетингом та дизайном;
- усвідомити вплив маркетингових технологій на успішну роботу

підприємства;

- отримати навички в проведенні маркетингових досліджень;
- отримати навички у виявленні цільової аудиторії власного проєкту;
- отримати розуміння специфіки спілкування з різними представниками процесу товарообміну;
- усвідомити зв'язок отриманих знань та навичок з власною професійною діяльністю.

## **2. Результати навчання за дисципліною**

Здатність працювати в колективі, ефективно спілкуватися з колегами, керівництвом, споживачами.

Спроможність проводити консультації з замовником, щодо виконання проєктів.

Здатність вивчати вимоги замовника до проєктованих виробів, технічні можливості підприємства щодо їх виготовлення.

Вільне володіння професійною термінологією та розуміння термінології маркетингу.

Спроможність спілкуватись з фахівцями різного профілю на підприємстві, доносить свою думку, узгоджує своє рішення з вимогами технології та маркетингової стратегії.

Здатність виконувати аналіз цільової аудиторії, розрізняє позиціонування товару.

Брати участь в організації виставкових, презентаційних експозицій з урахуванням специфіки експонатів, приміщень, цільової аудиторії та замовника.

Спроможність використання теоретичних знань та практичних навичок для оволодіння методами виконання дизайнерських робіт.

### 3. Структура навчальної дисципліни

#### Тематичний план

№ п/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
		Разом	Лекцій	Практичних	Семинарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота
	1	2	3	4	5	6	7
<b>Змістовий модуль 1. Основи підприємництва та дизайн (3 семестр)</b>							
	Вступ. Основи підприємництва та дизайн. Маркетинг – основа успішного підприємства	13	2	4		2	5
	Виявлення і задоволення споживчих потреб	17	2	8		2	5
	Реклама, стимулювання збуту та зв'язків з громадськістю	13	2	4		2	5
	Модульний контроль	2					
	<b>Разом за навчальним планом/ змістовим модулем 1</b>	<b>45*</b>	<b>6</b>	<b>16</b>		<b>6</b>	<b>15</b>

\* із врахуванням МКР 2 год.

### 4. Програма навчальної дисципліни

#### Змістовий модуль 1. Основи підприємництва та дизайн

*Ключові слова: Маркетинг, маркетингова стратегія, дизайн, реклама, споживчі потреби, життєвий цикл продукту, цільова аудиторія, позиціонування товару.*

Дизайнер має працювати у тісній співпраці з підприємцем замовником, знати ідею роботи компанії та ідею товарної пропозиції для якої розробляється ідентифікаційні елементи та/або пакування. Вміти аналізувати ринок, розуміти цільову аудиторію.

**Тема 1.** Вступ. Основи підприємництва та дизайн. Маркетинг – основа успішного підприємства [1;2;3]

**Тема 2.** Виявлення і задоволення споживчих потреб [1;2;3;4,5]

**Тема 3.** Реклама, стимулювання збуту та зв'язків з громадськістю [1;2;3;4,5]

## Теми практичних робіт:

Аналіз поведінки споживача під час купівлі товарів [1;2;3;4;6]

Позиціонування товару на ринку [1;2;3;4;6]

Анкетування на виявлення попиту серед споживачів [1;2;3;4,5]

Прогнозування очікувань споживачів [1;2;3]

Аналіз поліграфічної продукції та дослідження її цільової аудиторії [1;2;3]

Створення рекламної історії для продукту [1;2;3;6]

Створення ескізу виставкового стенду [1;2;6]

Створення пропозиції, щодо залучення відвідувачів на стенд [1;2;3;4]

## 5. Контроль навчальних досягнень

### 6.1 Система оцінювання навчальних досягнень студентів

№ п/п	Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
1.	Відвідування лекцій	1	3	3
2.	Відвідування практичних занять	1	8	8
3.	Робота на практичному занятті	10	8	80
4.	Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15
5.	Виконання модульної роботи	25	1	25
<b>Максимальна кількість балів</b>				<b>131</b>
<b>Розрахунок коефіцієнта</b>				<b>1,31</b>

### 6.2 Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

#### Змістовий модуль 1. Основи підприємництва та дизайн

Порівняльна характеристика послуг супермаркетів міста

Ієрархія потреб

Сегментування ринку Сегментування ринку

### Критерії оцінювання самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Бали
1	Глибина розкриття теми	2
2	Творчий підхід до презентації роботи	1
3	Охайність	1
4	Композиційна цілісність роботи	1
	Разом	5

#### 5.3 **Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Підсумковий модульний контроль проводиться у формі практичної роботи, яка має на меті перевірити практичні навички студентів виконувати завдання.

#### 5.4 **Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

7 семестр передбачає форму семестрового контролю – залік.

#### 5.5 **Шкала відповідності оцінок**

Оцінка	Рейтингова оцінка	Оцінка за 100-бальною шкалою
Відмінно	A	90-100
Дуже добре	B	82-89
Добре	C	75-81
Задовільно	D	69-74
Достатньо	E	60-68
Незадовільно	Fx	35-59
	F	0-34

**6. Навчально-методична карта дисципліни  
«Основи підприємництва та дизайн»**

**Разом: 45 год.**, лекції – 6 год., практичні заняття – 16 год., індивідуальна робота – 6 год., модульний контроль – 2 год., самостійна робота – 15 год.

Тиждень								
Модуль	Модуль I (5 семестр)							
Назва змістового модуля	<b>Конструювання графічних об'єктів з урахуванням форми носія</b>							
Лекції	1			2			3	
Теми лекцій	Вступ. Основи підприємництва та дизайн. Маркетинг – основа успішного підприємства			Виявлення і задоволення споживчих потреб			Реклама, стимулювання збуту та зв'язків з громадськістю	
Теми практичних занять	Аналіз поведінки споживача під час купівлі товарів	Позиціонування товару на ринку	Анкетування на виявлення попиту серед споживачів	Прогнозування очікувань споживачів	Аналіз поліграфічної продукції та дослідження її цільової аудиторії	Створення рекламної історії для продукту	Створення ескізу виставкового стенду	Створення пропозиції, щодо залучення відвідувачів на стенд
Самостійна робота	Порівняльна характеристика послуг супермаркетів міста			Ієрархія потреб			Сегментування ринку	
Підсумковий контроль								



## 7. Рекомендована література

### Основна (базова):

1. Апопій В.В., Серета С.А., Шутовська Н.О. Основи підприємництва : навчальний посібник/ В.В. Апопій, С.А. Серета, Н.О. Шутовська - Львів : Новий Світ-2000, 2013;
2. Захарчин Г.М. Основи підприємництва: навчальний посібник/ Г.М. Захарчин - Київ : Знання, 2008;
3. Маркетинг: Підручник/В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; Ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 3-тє вид. – К.:Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008 р. – 648 с;
4. Парсяк В.Н. Маркетинг : сучасна концепція та технології : підручник/ В.Н. Парсяк - Херсон : ОЛДІ-плюс, 2015;
5. Свірко В.О. та ін. Дизайнерська діяльність: стандарти і розцінки : довід метод. посібник для дизайнерів практиків/ В.О. Свірко - Київ , 2013;

### Додаткова:

6. Співак С.М. Теоретичні основи комп'ютерної графіки та дизайну: навчальний посібник/ С.М. Співак - Київ : Ун-т ім. Б. Грінченка, 2013;

## 15. Інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека України імені В.В. Вернадського  
<http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Державна науково-педагогічна бібліотека України ім. В. О. Сухомлинського  
[www.dnpb.gov.ua/](http://www.dnpb.gov.ua/)
3. Бібліотека українських підручників  
<http://pidruchniki.ws/>