

**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 ДТЕУ
(пост. п. 7 від «30» 05 2024 р.)
Ректор

Анатолій МАЗАРАКІ

**МЕНЕДЖМЕНТ СУБ'ЄКТІВ ДИЗАЙНУ /
MANAGEMENT OF DESIGN ENTITIES**

**ПРОГРАМА /
COURSE SUMMARY**

Київ 2024

*Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ
заборонено*

Автори: Босовська М.В., д.е.н., професор
Расулова А.М., канд. екон. наук, доцент

Програму обговорено і схвалено на засіданні кафедри менеджменту
готельно-ресторанного бізнесу, протокол № 19 від 16.04.2024 року.

Рецензенти: Заварзін О.О., к.т.н., доцент кафедри дизайну, інжинірингу та
землеустрою
Вальков В., засновник дизайн-студії «Сгео»

МЕНЕДЖМЕНТ СУБ'ЄКТІВ ДИЗАЙНУ / MANAGEMENT OF DESIGN ENTITIES

ПРОГРАМА / COURSE SUMMARY

ВСТУП

Програма дисципліни «Менеджмент суб'єктів дизайну» призначена для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти усіх форм навчання галузі знань 02 «Культура і мистецтво» спеціальності 022 «Дизайн» освітньої програми «Дизайн».

Програму підготовлено відповідно до Стандарту вищої освіти України зі спеціальності та відповідної освітньо-професійної програми підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти ДТЕУ.

Програма складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни як вибіркової компоненти освітньої програми.
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «Менеджмент суб'єктів дизайну» є формування у майбутніх фахівців сучасного системного дизайн-мислення та комплексу спеціальних знань і практичних умінь у сфері менеджменту, здобуття навичок креативного управління проєктами та суб'єктами дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини; впровадження сучасних концепцій, технологій, методів та прийомів менеджменту у сфері дизайну.

Завданнями вивчення дисципліни «Менеджмент суб'єктів дизайну» є засвоєння студентами основних теоретичних знань та набуття практичних навичок з питань:

- розуміння дизайн-менеджменту як системи наукових знань, змісту його основних категорій і понять;
- змісту функцій дизайн-менеджменту;
- застосування методів дизайн-менеджменту; специфіки формування механізму управління суб'єктами дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини;
- сутність дизайн-мислення та його ролі у бізнес-проєктуванні та дизайні продукту;
- змісту концепції та технологій організації та управління бізнесом на основі дизайн-мислення;
- організаційно-правових основ функціонування суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини; створення та функціонування підприємства як суб'єкта права;

- змісту аутсорсингу та аутстафінгуу сфері дизайну;
- сутності та технологій управління персоналом, його ролі у системі дизайн-менеджменту;
- сутності команди та її ролі в управлінні проектами у сфері дизайну;
- сутності організаційного дизайну та організаційної поведінки дизайн-команд;
- самоменеджменту та самобрендингу дизайнера в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини;
- формування ефективних комунікацій у системі дизайн-менеджменту, його технологій; змісту моделей комунікацій та особливостей їх реалізації;
- сутності управління дизайнерськими проектами;
- змісту та особливостей репутаційного менеджменту суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини.

Предметом дисципліни є формування у майбутніх фахівців професійного світогляду в управлінні суб'єктами у дизайні, розробкою нових продуктів/послуг на основі дизайн-мислення, що забезпечують врахування вподобань споживача дизайн-послуг (замовника), а також в обґрунтуванні організаційної, бізнес-моделі управління та стратегії розвитку суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини.

2. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ЯК ВИБІРКОВОЇ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

знання :

- змісту дизайн-менеджменту та основних категорій і понять; спільного та розбіжностей між класичним менеджментом та дизайн-менеджментом;
- сутності та змісту функцій дизайн-менеджменту як видів управлінської діяльності;
- законів, принципів та методів дизайн-менеджменту; історії розвитку дизайн-менеджменту та його концепцій;
- особливостей ролі дизайну в умовах функціонування економіки вражень;
- способів застосування дизайн-мислення у проектуванні бізнесу та дизайну продукту;
- сутності концепцій та особливостей формування адміністративного менеджменту у дизайні;
- створення та порядку побудови організаційного дизайну;

- змісту складових управління персоналом, його ролі у системі дизайн-менеджменту;
- підходів до формування та управління командою у сфері дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини;
- методів і форм самоменеджменту та розвитку бренда дизайнера;
- сутності та характеристики моделей комунікативного менеджменту у дизайні;
- особливостей управління розробкою та реалізацією проєктів;
- сутності та принципів репутаційного менеджменту суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини.

уміння:

- застосовувати закони та принципи дизайн-менеджменту у розробці нових продуктів та послуг, а також стратегії, організаційної та бізнес-моделі, базуючись на методології дизайн-мислення;
- використовуючи досвід теорії управління суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини, прогнозувати тенденції у сфері дизайну та управляти дизайнерськими проєктами;
- реалізувати функції дизайн-менеджменту залежно від особливостей діяльності суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини;
- визначати цілі дизайн-менеджменту; адаптувати їх до вимог зовнішнього середовища економіки вражень та внутрішніх можливостей; управлінських рішень; здійснювати збір необхідної інформації та приймати оптимальні управлінські рішення щодо дизайну нових продуктів та послуг, формування бізнес-моделей;
- розробляти бізнес-моделі на основі дизайн-мислення;
- обґрунтовувати вибір відповідних засобів і методів адміністрування залежно від форм організації діяльності;
- застосовувати методи та підходи до управління бізнесом у сфері дизайну на умовах аутсорсингу та аутстафінгу;
- організовувати процес управління персоналом у системі дизайн-менеджменту;
- впроваджувати принципи командоутворення;
- застосовувати принципи організаційного дизайну та управління організаційною поведінкою;
- застосовувати концепції самоменеджменту та самобрендингу дизайнера;
- обґрунтовувати та застосовувати різні форми та методи комунікативного менеджменту у дизайні;

- впроваджувати сучасні методи в управлінні дизайнерськими проектами.
- формувати та підвищувати репутацію та імідж суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини.

3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Менеджмент суб'єктів дизайну» як обов'язкова компонента освітньої програми, забезпечує оволодіння студентами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за відповідною освітньо-професійною програмою:

«Дизайн» (ОС бакалавр)

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
4	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	1-15
8	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.	1-15
<i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності за освітньою програмою</i>		
10	Здатність застосовувати знання прикладних наук у професійній діяльності (за спеціалізаціями).	1-15
12	Здатність аналізувати результати діяльності суб'єктів господарювання у сфері дизайну, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.	1-15
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
2	Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово з професійних питань, формувати різні типи документів професійного спрямування згідно з вимогами культури усного і писемного мовлення	1-15
5	Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності	9, 12
8	Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію	13
19	Розробляти та представляти результати роботи у	9, 11-13

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
	професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.	
20	<i>Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайн-діяльності, застосовувати управлінські та економічні методи</i>	

4. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. Теоретичний базис менеджменту суб'єктів дизайну

Сутність, походження та еволюція поглядів на розуміння менеджменту. Дизайн-менеджмент як специфічна сфера людської діяльності, соціоекономічний феномен, наука, навчальна дисципліна, система, процес, влада, адміністративний (керівний) ресурс, професійна управлінська діяльність, мистецтво управління. Дизайн-менеджмент як міждисциплінарна концепція. Дизайн-менеджмент як процес управління дизайнерськими ресурсами та діяльністю. Дизайн-менеджмент як спосіб інтеграції дизайну в бізнес-процеси.

Взаємозв'язок дизайну та менеджменту: спільні та відмінні риси. Концептуальна рамка взаємозв'язку дизайну та менеджменту. Цілі, предмет і завдання дизайн-менеджменту. Управлінські відносини як предмет дизайн-менеджменту, галузеві особливості їх формування та реалізації. Сутність та зміст основних категорій і понять менеджменту суб'єктів дизайну. Системність управління суб'єктами дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини.

Сфери менеджменту суб'єктів дизайну.

Суб'єкт та об'єкт менеджменту суб'єктів дизайну, їх характеристика, взаємозв'язок та взаємодія. Людина як суб'єкт управлінської діяльності. Змістовні складові роботи та функціонал дизайн-менеджера. Типи та ролі дизайн-менеджерів. Вимоги до дизайн-менеджера. Менеджери та їх характеристика у дизайні. Карта знань менеджера у сфері дизайну. Т-подібні навички менеджерів у сфері дизайну. Модель компетентностей НайГруп. Інтегральні (загальні) та фахові компетентності менеджерів суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини.

Менеджери на різних рівнях управління суб'єктами дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини та їх функції: top-, middle-, lower-management. РАЕІ-типи та ролі менеджерів за І. Адісесом. «Дизайн-менеджер», «менеджер» та «підприємець»: зміст понять, характерні риси та відмінності.

Поняття «дизайн-стратегії». Концепція стратегічного дизайн-менеджменту. Компонентна схема реалізації дизайн-стратегії суб'єкта бізнесу.

Список рекомендованих джерел

- *основний*: 1 [с. 10-17], 3 [с. 8-18], 4 [с. 7-19], 5 [с. 14-28]
- *додатковий*: 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]
- *Інтернет-ресурси*: 5, 8-11

ТЕМА 2. Функції менеджменту суб'єктів дизайну

Функції менеджменту суб'єктів дизайну як види управлінської діяльності. Класифікація і характеристика функцій дизайн-менеджменту. Співвідношення і

взаємозв'язок функцій менеджменту суб'єктів дизайну в управлінських системах різних рівнів суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини.

Функція планування. Характеристика факторів, що впливають на процес планування у дизайні. Принципи, цілі, роль планування. Рівні та види планування діяльності суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Процес планування: формування стратегії розвитку, визначення тактики, складання оперативних планів. Системи планування та моделі планування у дизайні. Методи планування та їх застосування у дизайні.

Функція прогнозування: сутність, зміст, види та роль в системі менеджменту суб'єктів дизайну. Експертні методи прогнозування: метод Дельфі, мозкова атака, матричний метод. Опитування. Кількісні методи прогнозування: екстраполяції, застосування рухомого середнього, регресійний аналіз, моделювання тощо.

Функція організування як базисна функція менеджменту, її зміст та напрями реалізації у дизайні. Поняття та типи повноважень. Рівні управління та їх ієрархія: скалярний процес та скалярний ланцюг. Делегування повноважень. Обов'язки та відповідальність.

Функція мотивування (стимулювання) її сутність, значення, принципи, цілі, механізм і напрями реалізації у дизайні. Теорії та моделі мотивування. Змістовні мотиваційні теорії: теорія ієрархії потреб за А. Маслоу, теорія ERG К. Альдерфера, структурування потреб за М. Туган-Барановським, теорія надбаних потреб Д. Мак-Клеланда, двохфакторна модель Ф. Герцберга. Характеристика процесуальних теорій мотивації: теорія очікувань В. Врума, теорія справедливості С. Адамса, теорія постановки цілей Е. Локка, модель Л. Портера - Е. Лоулера, теорія посилення мотивації Б. Скіннера. Спеціальні методи та технології мотивування персоналу суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Системи стимулювання та компенсації праці персоналу суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини.

Координування як функція забезпечення ритмічної роботи суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини, умови її реалізації.

Функція контролювання: сутність, завдання, функції. Принципи, види контролю у дизайні. Процес та методи контролювання. Інструментарій контролю: бюджетування, аудит, методи REFA, метод оцінки плану PERT, метод критичного шляху СРМ та ін. Контролінг у дизайні.

Регулювання як функція дизайн-менеджменту, його зміст та види. Зміст та технології розпорядницького регулювання. Особливості та методи дисциплінарного впливу. Регулювання як процес. Методи регулювання у дизайні. Регламенти, норми, інструкції як засоби регулювання.

Список рекомендованих джерел

- *основний*: 1 [с. 50-67], 2 [с. 20-36], 3 [с. 44-53], 4 [с. 37-69], 5 [с. 34-78]

- *додатковий*: 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]
- *Інтернет-ресурси*: 5, 8-11

ТЕМА 3. Методи, технології та інструментарій менеджменту суб'єктів дизайну

Сутність методів менеджменту суб'єктів дизайну, їх зміст і зв'язок з функціями менеджменту. Значення системи методів менеджменту в забезпеченні ефективної роботи суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Класифікація методів менеджменту суб'єктів дизайну, їх взаємозв'язок.

Методи та інструменти дизайн-менеджменту: дизайн-спринти, карта шляху користувача (User Journey Map), прототипування, дослідження користувачів.

Економічні методи менеджменту, їх значення та форми реалізації у дизайні. Зміст економічних методів менеджменту: економічне планування, аналізування, господарський розрахунок, стимулювання, ціноутворення, фінансування, кредитування та облік.

Організаційно-розпорядчі (адміністративні) методи менеджменту у дизайні. Характеристика способів реалізації організаційного впливу: організаційне регламентування (закони, статuti, положення тощо); організаційне нормування (норми витрат, розміри амортизації тощо); організаційне інструктування (інструкції, правила, вимоги); організаційне інформування (акти, протоколи, доповідні записки, телеграми, заяви нормування, інструктування). Характеристика способів реалізації розпорядчого впливу: накази, розпорядження, вказівки. Зміст та особливості способів реалізації дисциплінарного впливу: зауваження, догани, переміщення посадових осіб, звільнення.

Сутність, цілі та задачі використання соціально-психологічних методів менеджменту у дизайні. Характеристика соціальних планів (забезпечення побуту, відпочинку, умов праці). Зміст моральних стимулів (подяки, грамоти, колективні заходи, висвітлення інформації про трудові досягнення). Зміст методів формування соціально - психологічного клімату.

Поняття механізму управління, основні підходи до його визначення. Структура механізму управління. Види механізмів управління: економічний, організаційний, мотиваційний, правовий механізми управління суб'єктами дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини.

Список рекомендованих джерел

- *основний*: 1 [с. 80-97], 2 [с. 60-66], 3 [с. 58-69], 4 [с. 77-89], 5 [с. 124-127]
- *додатковий*: 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]
- *Інтернет-ресурси*: 5, 8-11

ТЕМА 4. Суб'єкти бізнесу в сфері дизайну

Дизайн як вид бізнесу. Сучасна сфера дизайну: тренди, проблеми та перспективи розвитку в Україні та світі. Атрибути, що формують інфраструктуру дизайну як бізнесу. Стейкхолдери у сфері дизайну. Складові та фактори впливу на розвиток інфраструктури дизайну в Україні та світі.

Поняття «економіка вражень», основні парадигми. Цінності та маркери економіки вражень. Модель масової кастомізації економіки вражень. Кастомізація товару/послуги, вражень. Модульність дизайн-пропозиції. Філософія клієнтоорієнтованості: поняття та її вплив на формування клієнтоорієнтованої моделі управління бізнесом. Вимоги до послуг дизайну в умовах розвитку економіки вражень.

Дизайн-продукт: поняття та складові. Фактори впливу на формування дизайн-продукту. Вимоги до дизайн-продукту в епоху Індустрії 5.0, VUCA-світу, SMART-суспільства, економіки вражень.

Ключові положення інтегрованої наукової парадигми менеджменту суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини: глобалізація та консолідація, клієнтоорієнтованість, ціннісна орієнтація, сервісоорієнтованість, гнучкість і адаптивність менеджменту, інноваційність, інформатизація, цінність знань, гуманізація та соціальна відповідальність менеджменту, посилення технократичного та біхевіористського аспектів менеджменту, холістичність менеджменту, співпраця стейкхолдерів.

Список рекомендованих джерел

- *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. 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]
- *Інтернет-ресурси*: 2, 6, 9-11

ТЕМА 5. Дизайн-мислення у бізнесі

Сутність дизайн-мислення та його роль у бізнес-проектванні. Історія зародження та розвитку дизайн-мислення.

Дизайн-мислення в управлінні розробкою нових продуктів та послуг, стратегій розвитку, організаційної та бізнес-моделі

Роль дизайн-мислення у генеруванні нових управлінських рішень, переосмиленні бізнес-задач. Концепції та технологій організації та управління бізнесом на основі дизайн-мислення.

Етапи дизайн-мислення: емпатія (empathy), аналіз і синтез (define), генерування ідей (ideate), прототипування (prototype), тестування (test).

Інструменти дизайн-мислення у бізнесі: шлях клієнта (customer journey), картина клієнта (personas), погляд зсередини (insights), опитування (interviewing), спостереження (observation), мозковий штурм (brainstorming), швидке прототипування (rapid prototyping), розповідь (storytelling).

Бізнес-моделі компаній у сфері дизайну. Моделі інтеграції дизайн-мислення в стратегічні й операційні бізнес-процеси. Практичні інсайти інтеграцій дизайну в бізнес-процеси суб'єктів бізнесу різних сфері діяльності.

Дизайн продукту (product design). Складові дизайну продукту: аналіз бізнес-запитів, особливостей конкретної ніші, ринку та конкурентів, тенденцій дизайн-індустрії, маркетингової стратегії, поведінкових патернів користувачів. Технологічні, технічні та функціональні можливості продукту. Естетика та брендинг. Доступність та інклюзивність продукту. Ітеративний дизайн-процес процес у бізнес-моделюванні.

Процеси продуктового дизайну: дослідження та аналіз; розробка ідеї та концепції; створення зручного для користувача інтерфейсу (UX); розробка дизайну інтерфейсу користувача (UI); прототипування та тестування; співпраця та ітерації; впровадження та реалізація; оцінка та постійне вдосконалення.

Клієнтоорієнтованість продуктового дизайну.

Список рекомендованих джерел

- *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. 40-66], 7 [с. 44-59], 10 [с. 28-38], 12 [с. 24-43], 14 [с. 39-64], 17 [с. 67-87], 20 [с. 68-93], 22 [с. 40-66]
- *Інтернет-ресурси*: 2, 6, 9-11

ТЕМА 6. Адміністрування бізнесу у сфері дизайну

Поняття «адміністрування бізнесу» як інструмент менеджменту, його роль у розвитку підприємницьких відносин у сфері дизайну.

Відкриття та реєстрація бізнесу у сфері дизайну. Обґрунтування організаційно-правової форми господарювання. Поняття «власна справа», «власний бізнес». Фізична особа підприємництва: правовий статус та відповідальність. Вибір типу підприємства та обґрунтування його цілей. Передреєстраційні процедури. Вибір даних класифікаторів Державної служби статистики України (код КВЕД, ОПФГ, КОАТУУ з урахуванням сутнісних особливостей та вибору організаційно-правових форм підприємництва). Вибір статусу платника податків та системи оподаткування за визначеним алгоритмом.

Організаційна робота з підготовки засновницьких документів, формування статутного капіталу, відкриття рахунків та реєстрації підприємства з одержанням ознак юридичної особи. Характеристика джерел формування статутного капіталу новоствореної підприємницької структури. Складання статутних документів.

Регламент створення підприємства. Процес державної реєстрації підприємства у сфері дизайну: послідовність дій. Порядок реєстрації підприємства в органах державної реєстрації. Документи, що подають Державному реєстратору для реєстрації підприємства. Взаємовідносини з державною фіскальною службою, пенсійним фондом, органами статистики.

Процедура відкриття поточного банківського рахунку у національній валюті. Документи, необхідні для відкриття поточного рахунку. Отримання необхідних дозволів, ліцензій та патентів у сфері дизайну.

Залучення інвестицій у бізнес. Інструменти залучення фінансування для бізнесу у дизайні. Системна робота з фінансуванням бізнес-ідей. Гранти. Фаундрайзинг. Краудфандинг. Онлайн-платформи залучення фінансування запуску бізнес-проектів. Донати. Бізнес-ангели.

Переваги та ризики ведення власної справи. Моделі розвитку та трансформації власної справи у сфері дизайну.

Припинення діяльності підприємницьких структур у сфері дизайну: підстави та способи.

Конкупенція на ринку послуг дизайну. Недобросовісна конкуренція у сфері дизайну: прояви та методи запобігання

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], 5 [с. 144-159], 9 [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*

ТЕМА 7. Аутсорсинг та аутстафінг у сфері дизайну

Поняття аутсорсингу. Чинники ефективності використання аутсорсингу у дизайні. Технології аутсорсингу. Аутсорсинг бізнес-процесів.

Види аутсорсингу у дизайні та форми взаємодії: повний; частковий; сумісний; проміжний; трансформаційний, прямий та опосередкований. Функції, права, обов'язки та відповідальність підприємств-аутсорсерів. Переваги залучення підприємств-аутсорсерів.

Контракт на аутсорсинг. Переваги та недоліки аутсорсингу. Причини негативного ставлення до аутсорсингу. Можливі наслідки аутсорсингу: *shrinking* (скорочення, стиснення організації), *downsizing* (зменшення організації), *deleyering* (обмеження числа рівнів управління), *spinoff* (виокремлення одиниць бізнесу або структури), екстерналізація (передача контролю над виконанням певної функції компанії, що спеціалізується в конкретній сфері).

Послуги аутсорсингу у сфері дизайну, доцільність його застосування. Аутсорсинг персоналу у дизайні. Умови лізингу персоналу.

Показники оцінки ефективності аутсорсингових проектів. Ринок фірм, які пропонують послуги аутсорсингу у сфері дизайну. Перешкоди для розвитку аутсорсингу в Україні.

Аутстафінг у сфері дизайну. Умови та особливості співпраці у форматі аутстафінгу. Функції, права, обов'язки та відповідальність провайдера (підприємства-аутстафера).

Колаборація у сфері дизайну: поняття та моделі співпраці.

Список рекомендованих джерел

- *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], 24 [с. 123-156]*

- *Інтернет-ресурси*: 2, 6, 9-11, 14

ТЕМА 8. Менеджмент персоналу у сфері дизайну

Персонал суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини: підходи до визначення, класифікація, вимоги. Основні фактори, що визначають підвищену увагу менеджменту до персоналу.

Управління персоналом (HR-Management) як специфічна функція менеджменту, як наука та практична діяльність. Мета, предмет, задачі, зміст, принципи управління персоналом. Роль та значення управління персоналом. Специфіка управління персоналом у сфері дизайну.

Системний підхід до управління персоналом суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Основні елементи (HR-процеси) системи управління персоналом суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини та їх функції. Загальна модель управління персоналом. Джерела пошуку кандидатів на посаду. Відбір, набір персоналу у сфері дизайну. Адаптація та навчання персоналу у сфері дизайну. Професійні компетентності персоналу у дизайні. Керівництво персоналом. Управління плануванням, найманням та звільненням персоналу суб'єктів дизайну.

Принципи побудови ефективної системи управління персоналом у дизайні. Кадрове, інформаційно-технічне, нормативно-методичне та правове забезпечення системи управління персоналом.

Критерії та різновиди професійного та ділового оцінювання персоналу у дизайні. Атестація персоналу суб'єктів дизайну: сутність та види. Загальний і професійний розвиток персоналу: сутність, завдання та складові. Методи та технології навчання персоналу. Управління мобільністю персоналу у сфері дизайну. Причини та фактори плинності персоналу у дизайні. Поняття службової кар'єри та професійного зростання у сфері дизайну.

Структура та характеристика персоналу суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини: організаційна, функціональна, штатна, компетентно-правова, соціальна, рольова.

Список рекомендованих джерел

- *законодавчі та нормативні акти*: 1, 3-5
- *основний*: 1 [с. 90-107], 2 [с. 150-176], 3 [с. 148-159], 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

ТЕМА 9. Організація роботи дизайн-команд

Командний менеджмент. Сутність, види, мета формування команди. Відмінність між командою і трудовим колективом. Командні ролі. Основні етапи командоутворення. Тімбілдинг.

Ознаки ефективної команди. Правила роботи ефективної команди за Д.Мак-Грегором. Модель ідеальної команди. Фактори та умови, що впливають на результативність командної роботи. Команда як інструмент вирішення проблем в умовах невизначеності; як засіб реалізації компетентнісного підходу. Команда як інструмент лідерства. Коворкінг у дизайні.

Моделі оцінки поведінки (типології) людей у команді: модель DISC, Lumina Splash, Scrum, метод Белбіна, Big Five (OCEAN), 4 види енергії, 72 типи особистості, методології 3D у роботі з командами. Модель стадій розвитку груп Брюса Такмана. Функціональна модель формування команди І. Адізеса. Життєвий цикл команд.

Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. Стиль керівництва як засіб впливу на підлеглих. Типологія та характеристика стилів керівництва персоналом. Інтерпретації стилів керівництва. Маніпулятивні стилі керівництва. Влада в менеджменті. Форми впливу та влади. Влада як інструментарій примушення. Джерела влади. Характеристика особистої, формальної та реальної форм влади.

Сутність лідерства в менеджменті. Природа виникнення та формування лідерства. Теорії лідерства. Теорія рис. Традиційні підходи до вивчення теорії лідерства: теорія людських якостей, концепція лідерської поведінки. Концепція харизматичного лідерства. Концепції ситуаційного лідерства. Порівняльний аналіз ситуаційних моделей лідерства в контексті управління персоналом у сфері дизайну.

Мотивація та типологія лідерства. Управління лідерством у дизайн-командах: виявлення лідерів, розвиток лідерських якостей керівника, інтеграція лідерів. Взаємовідносини між керівником і неформальним лідером. Самоаналіз як основа ефективного лідерства. КРІ успішного лідера у сфері дизайну.

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. 217-267], 19 [с. 268-293], 20 [с. 231-253].*
- *Інтернет-ресурси: 4, 7, 10-12*

ТЕМА 10. Управління організаційною поведінкою дизайн-команд

Організаційна поведінка як об'єкт менеджменту та характеристика факторів, що її визначають. Концепції та теорії організаційної поведінки. Моделі організаційної поведінки. Методи діагностики організаційної поведінки. Методологія організаційної поведінки на індивідуальному, груповому та організаційному рівнях.

Організаційна культура: поняття, завдання та функції. Рівні корпоративної культури, її елементи. Артефакти та цінності в організаційній культурі. Фактори, що визначають корпоративну культуру у сфері дизайну. Характеристика типів корпоративної культури за ознакою цінностей.

Корпоративна культура. Елементи корпоративної культури за І. Адісесом. Моделі корпоративної культури. Види корпоративних культур за Дж. Зонненфельдом. Формування та розвиток корпоративної культури у сфері дизайну. Корпоративні стандарти.

Соціальні гарантії. Соціальні програми. Соціальний аудит. Соціальна карта працівника. Гейміфікація в HR. Рефреймінг. Поняття та значення абсентеїзму. Презентеїзм.

Well-being-концепція як пріоритет HR-стратегії. Well-being screening. Well-being-програми. HR-бренд роботодавця. Параметри оцінювання HR-бренду. Рейтинги роботодавців 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

ТЕМА 11. Самоменеджмент та самобрендинг дизайнера

Самоменеджмент. Сутність, зміст і принципи самоменеджменту. Процес самоменеджменту. Підходи та технології до планування робочого часу менеджера: метод «Дельфі» щоденник часу, принцип Парето. Раціональна організація робочого місця менеджера. АРМ менеджера. Оцінка ефективності роботи менеджера: економічний та соціальний ефект, показники та критерії; якісні та кількісні показники. Правила забезпечення ефективності роботи менеджера.

Зміст понять «самоосвіта», «саморозвиток», «самоконтроль», «самомотивація», «самобрендинг».

Тайм-менеджмент: поняття, мета, переваги, принципи, можливості. Процеси тайм-менеджменту: постановка цілей; планування; прийняття рішень по конкретним справам; організація та реалізація; перевірка результатів та самоконтроль; інформація та комунікації. 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. Поглиначі часу. Правила тайм-менеджменту у дизайні. Корпоративний тайм-менеджмент.

Самобрендинг дизайнера. Фактори успіху. Концепції формування та просування бренду дизайнера.

Поняття професійної кар'єри у сфері дизайну. Управління кар'єрою у сфері дизайну.

Список рекомендованих джерел

- *основний*: 1 [с. 270-276], 3 [с. 288-299], 5 [с. 294-308]
- *додатковий*: 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]
- *Інтернет-ресурси*: 4, 7, 10-12

ТЕМА 12. Комунікативний менеджмент у дизайні

Поняття та сутність комунікативного менеджменту. Роль комунікативного менеджменту у спілкуванні з замовниками (споживачами дизайн-послуг), партнерами, в управлінні дизайн-командою.

Психологічні способи впливу в процесі спілкування та особливості їх застосування у практичній діяльності у сфері дизайну. Соціальна перцепція як передумова успішної комунікативної взаємодії. Сприйняття і розуміння партнера по спілкуванню. Перцептивна сторона спілкування: взаєморозуміння та взаємопізнання. Соціально-перцептивні механізми взаєморозуміння: ідентифікація, емпатія, рефлексія, каузальна атрибуція у сфері дизайну.

Природа і зміст вербального (лінгвістичного) спілкування. Методика і організація монологічного та діалогічного мовлення. Використання жанрів усного мовлення. Ораторське мистецтво та риторичний менеджмент. Телефонне ділове спілкування. Структура розмови. Теорія і практика аргументації та переконання. Техніки мовлення. Правила ефективного слухання.

Невербальні засоби спілкування: кінесика, проксемика, окулістика, такесика, вокаліка, об'єктика, сенсорика та хронеміка в комунікативній практиці у сфері дизайну. Символіка кольору.

Методика і практика невербального спілкування у сфері дизайну. Природа, форми, типи, види і рівні невербального спілкування. Контекст невербального спілкування та фактори, що його формують. Комунікативний вплив при невербальному спілкуванні. Аналіз невербальної поведінки співрозмовника. Оцінка емоційного стану партнера по спілкуванню. Діагностика нещирої поведінки партнера по спілкуванню. Емоційний інтелект та його роль у сфері дизайну.

Метамова: поняття та особливості використання у сфері дизайну.

Природа психологічного маніпулювання в контексті комунікативної взаємодії у сфері дизайну. Причини виникнення маніпулятивного впливу на поведінку людини. Методи та прийоми маніпулювання. Методи нейтралізації, протидії та захисту від маніпулювання. Основні правила асертивної поведінки.

Основні поняття та положення теорії нейролінгвістичного програмування (НЛП), проблеми та перспективи її застосування. Використання методик НЛП в комунікативній практиці дизайнерів.

Міжкультурна комунікація у сфері дизайну.

Список рекомендованих джерел

- *основний*: 1 [с. 100-167], 2 [с. 160-166], 3 [с. 128-169], 4 [с. 177-189], 5 [с. 114-127]
- *додатковий*: 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]
- *Інтернет-ресурси*: 5, 8-11

ТЕМА 13. Управління комунікаціями у сфері дизайну

Психологічна типологія та психологічний аналіз замовників (споживачів послуг дизайну). Мотиваційні аспекти поведінки замовників (споживачів послуг дизайну). Психологічна оцінка поведінки замовників (споживачів послуг дизайну) та ділових партнерів у процесі спілкування. Оцінка, аналіз та застосування результатів візуальної діагностики у спілкуванні з замовниками, налагодженні контактів із діловими партнерами у сфері дизайну.

Комунікативні предикти при спілкуванні з клієнтом/замовником. Комунікаційні технології особистих продажів. Етапи прийняття клієнтом/замовником рішень. Технології активних продажів у сфері дизайну. Основні етапи здійснення активних продажів. Технології налагодження контакту зі споживачем дизайн-послуг. Способи концентрації на задоволенні потреб споживача/замовника. Комунікативні техніки аргументації та переконання. Алгоритм обробки заперечень клієнта. Технології зміни пріоритетів замовника.

Поняття про комунікативні бар'єри, їх види. Міжособистісні та Соціально-психологічні бар'єри. Причини виникнення комунікативних бар'єрів. Методика вивчення та подолання комунікативних бар'єрів. Технологія та засоби профілактики та подолання комунікативних бар'єрів у спілкуванні.

Pitching та його роль у просуванні проєктів. Презентація як ефективна технологія спілкування: планування та структурні компоненти. Ознаки та причини неефективної презентації проєктів.

Порядок ведення переговорного процесу. Взаємне уточнення інтересів. Етап обговорення. Узгодження позицій і розробка домовленостей. Правила та норми проведення ділових зустрічей. Діловий протокол. Методика і практика ведення дебатів, полеміки, телефонних розмов, проведення інтерв'ю.

Складові комунікативної культури та принципи комунікативної поведінки у сфері дизайну. Формування ділового комунікативного стилю дизайнерів.

Список рекомендованих джерел

- *основний*: 1 [с. 100-167], 2 [с. 160-166], 3 [с. 128-169], 4 [с. 177-189], 5 [с. 114-127]
- *додатковий*: 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]
- *Інтернет-ресурси*: 5, 8-11

ТЕМА 14. Управління дизайнерськими проєктами

Поняття та структура системи управління дизайнерськими проєктами. Фази життєвого циклу управління дизайнерськими проєктами. Складові процесу обґрунтування проєкту: формування та ініціалізація ідеї проєкту; розробка концепції проєкту, попереднє опрацювання цілей та завдань проєкту;

Ініціалізація дизайнерських проєктів: формування ідеї проєкту, передпроєктні дослідження, аналітична оцінка можливостей виконання проєкту, заключні результати.

Основні процеси планування проєкту. Допоміжні процеси планування проєкту: планування організації, планування взаємодії, ідентифікація та оцінка ризику, розробка заходів реагування на потенційні ризики.

Сутність процесу «управління часом виконання проєкту». Управління послідовності виконання робіт у процесі виконання проєкту. Види календарних графіків. Діаграма Гантта. Методи оцінювання тривалості робіт проєкту. Методи скорочення тривалості виконання проєкту. Динаміка проєктних витрат у часі. Алгоритм скорочення тривалості робіт за проєктом.

Сутність процесу «управління вартістю проєкту». Планування витрат на проєкт: планування ресурсів, оцінка вартості, бюджетування. Розробка кошторису проєкту. Засоби та джерела фінансування проєкту, їх характеристика. Залучення капіталу. Форми проєктного фінансування. Календар реалізації проєкту.

Основні процеси на етапі завершення проєкту. Передача проєкту замовнику/споживачу. Зміст та призначення заключного внутрішнього звіту.

Сутність процесу «управління ризиками дизайнерських проєктів». Причини виникнення та наслідки проєктних ризиків для досягнення мети проєкту. Фактори, що визначають рівень ризикованості проєкту. Якісний та кількісний аналіз ризиків дизайнерських проєктів. Шкала оцінки наслідків та заходів запобігання ризиків реалізації дизайнерських проєктів.

Ефективність соціально-цільової спрямованості проєкту.

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], 26 [с. 123-156]*
- *Інтернет-ресурси: 2, 6*

ТЕМА 15. Репутаційний менеджмент у сфері дизайну

Поняття ділової репутації та іміджу, їх роль у менеджменті суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Види іміджу та репутації в менеджменті. Етапи формування різних видів іміджу. Структура і фактори ділової репутації. Соціальна відповідальність бізнесу. Інтеграція репутації та іміджу в систему корпоративного менеджменту.

Цілі, зміст і завдання репутаційного менеджменту. Концепція репутаційного менеджменту. Репутаційні стратегії. Репутаційний капітал. Репутаційне поле. Цикли в управлінні репутацією суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Моніторинг та методи оцінки ділової репутації суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Репутаційний аудит. Кількісна та якісна оцінка системи управління репутацією суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Репутаційні рейтинги у сфері дизайну. Репутаційні дослідження.

Технології та методи формування ділової репутації. Технології і методи управління діловою репутацією суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Громадськість як об'єкт управління репутацією суб'єктів дизайну в промисловій, побутовій, суспільній, соціокультурній сферах життєдіяльності людини. Технології і методи управління діловою репутацією менеджера. Репутаційні ризики. Захист ділової репутації в умовах кризових ситуацій. Технології і методи управління діловою онлайн репутацією. SERM (search engine reputation management) – управління репутацією компанії в Інтернеті.

Репутація та імідж дизайнера.

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*

5. 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-XII / 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. В. Глінка. – К. : Наш формат, 2018. – 224 с.

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

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. СаленбахерЮрген 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. ХоффманГрег 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 concept in 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. Ingalls Vanada, 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.dii.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>.

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/>

6. ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

програма дисципліни «Менеджмент суб'єктів дизайну» ОС «бакалавр»

ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри менеджменту
готельно-ресторанного бізнесу
_____ Маргарита БОЙКО
_____ 2024 р.

ПОГОДЖЕНО

Гарант ОП «Дизайн» ОС бакалавр
_____ Олег ЗАВАРЗІН
_____ 2024 р.

ПОГОДЖЕНО

Рецензент
Професор кафедри менеджменту
готельно-ресторанного бізнесу, д.е.н.,
професор
_____ Алла ОХРИМЕНКО
_____ 2024 р.

ПОГОДЖЕНО

Рецензент
Засновник дизайн-студії «Creo»
_____ Віталій ВАЛЬКОВ
_____ 2024 р.