

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

Колледж креативных индустрий СКФУ в г. Ставрополе

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к практическим занятиям**

по (учебной) дисциплине МКД.04.03 Создание кросс-дисциплинарных проектов
в креативных индустриях

Профессия 54.01.20 Графический дизайнер

Форма обучения _____ очная _____

Ставрополь, 2026

Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях» составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО и предназначены для студентов, обучающихся по профессии: 54.01.20 Графический дизайнер.

Методические указания для учебной дисциплины разработаны:
Авдеев А.А. доцент кафедры дизайна ВШКИ

СОДЕРЖАНИЕ

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
II. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ	6
III. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	7
Практическое занятие №1 «Создание концепции кросс-дисциплинарного проекта»	7
Практическое занятие №2 «Оценка потенциала проекта»	10
Практическое занятие №3 «Анализ компетенций членов команды»	11
Практическое занятие №4 «Разработка модели реализации и монетизации креативного проекта»	12
Практическое занятие №5 «Анализ рисков. Методы управления рисками»	13
Практическое занятие №6 «Составление бюджета проекта в соответствии с концепцией»	14
Практическое занятие №7 «Разработка бизнес-плана проекта»	15
Практическое занятие №8 «Взаимные презентации бизнес-проектов»	16
IV. ИТОГОВЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ	17
V. СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	18
Приложение 1. Вопросы для методики Scamper	19
Приложение 2. Модель распределения финансирования	21
Приложение 3. Бланк оценки проектов	22

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

- 1) Методические рекомендации по выполнению практических занятий дисциплины «Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях» для профессии/специальности в соответствии с ФГОС среднего профессионального образования и рабочей программой учебного курса.
- 2) В соответствии с ФГОС по дисциплине МДК.04.03 «Создание кросс-дисциплинарных проектов в креативных индустриях» учебным планом предусмотрено 54 часа аудиторных занятий, в том числе 30 часов отведено на практические занятия и 10 часов на самостоятельную работу. Продолжительность занятия указывается в каждой работе.
- 3) Дидактической целью содержания практических занятий является формирование и развитие
- 4) Обращение к обучающимся с инструкцией по работе с пособием.
- 5) В результате выполнения практических заданий студент должен:

уметь:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составить план действия; определить необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- определять задачи для поиска информации;
- определять необходимые источники информации;
- планировать процесс поиска;
- структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска;
- оформлять результаты поиска;
- использовать в работе актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности;
- применять в деятельности профессиональную терминологию;
- самостоятельно выстраивать траекторию профессионального саморазвития и самообразования;
- применять техники финансовой грамотности;
- применять в деятельности знания о психологии коллектива;
- организовывать деятельность коллектива;
- грамотно выстраивать взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик;
- разрабатывать и презентовать концепции проектов, отвечающих требованиям рынка;
- формировать междисциплинарные команды и эффективно распределять роли и зоны ответственности;
- планировать и управлять бюджетом проекта;
- разрабатывать маркетинговую стратегию проекта.

знать:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;
- приемы структурирования информации;
- формат оформления результатов поиска информации;
- актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности;
- профессиональную терминологию;
- способы определения и выстраивания траектории профессионального развития и самообразования;
- основы финансовой грамотности;
- психологические основы деятельности коллектива;
- правила организации деятельности коллектива;
- правила взаимодействия с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик;
- специфику креативных индустрий: особенности рынка, целевые аудитории, тренды, конкурентная среда;
- основные этапы разработки коммерческого проекта: от поиска идеи до реализации и анализа результатов;
- инструменты и методы планирования и управления проектами.

6) Каждое практическое занятие содержит цель, методическое руководство к выполнению, перечень оснащения работы, содержание работы, дополнительное задание развивающего характера, контрольные вопросы, форму предъявления отчета, критерии оценки.

II. ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Наименование разделов и тем	Содержание лабораторных и практических работ	Объем, ак. ч
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Раздел 1. Психология общения		30
Тема 1.1 Формирование концепции проекта	1. Практическое занятие «Создание концепции кросс-дисциплинарного проекта»	4
	2. Практическое занятие «Оценка потенциала проекта»	4
Тема 1.2 Команда проекта и распределение ролей	1. Практическое занятие «Анализ компетенций членов команды»	2
Тема 1.3 Модели реализации и монетизации креативных продуктов	1. Практическое занятие «Разработка модели реализации и монетизации креативного проекта»	4
Тема 1.4 Бюджетирование и планирование ресурсов	1. Практическое занятие «Анализ рисков. Методы управления рисками»	2
	2. Практическое занятие «Составление бюджета проекта в соответствии с концепцией»	4
Тема 1.5 Проектная документация (разработка бизнес-плана)	1. Практическое занятие «Разработка бизнес-плана проекта»	6
Тема 1.6 Защита индивидуальных проектов	1. Практическое занятие «Взаимные презентации бизнес-проектов»	4
Всего:		30

III. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие №1 «Создание концепции кросс-дисциплинарного проекта»

Тема: Формирование концепции проекта.

Цель: обучить студентов методам создания концепций кросс-дисциплинарных проектов.

Продолжительность занятия: 180 минут.

Перечень оснащения и оборудования, источников: компьютеры с лицензионным программным обеспечением по количеству обучающихся, флипчарт или доска, маркеры, листы бумаги, ручки, таймер.

Краткая теория:

Мозговой штурм. «Метод 6 шляп».

Белая шляпа: факты, объективность и прояснение информации. Например, команда разработчиков озвучивает факт о том, как идёт процесс написания кода: «За три дня мы сделали 20% работы, а планировали выполнить задачу на треть».

Красная шляпа: чувства и эмоции. Тот, кто «носит» эту шляпу, может сказать о любых чувствах, которые вызывают у него факты, например: «В самом начале мы переживали, так как думали, что не справимся», «Мы молодцы, потому что смогли собраться и сделать максимум в сложившейся ситуации».

Чёрная шляпа: критика. Участник в этой шляпе может оценивать факты и объективно их критиковать, например: «Если бы у всей команды был примерно одинаковый опыт, мы бы сделали запланированное. А так нам пришлось потратить время на разбор задачи».

Жёлтая шляпа: достоинства и позитивные моменты. На этом этапе мозгового штурма нужно найти и озвучить положительные моменты, даже если их немного: «Борис работал на других проектах, но у него получилось быстро переключиться на наши задачи».

Зелёная шляпа: творчество и креатив. После того как участники озвучили плюсы и минусы ситуации и поделились эмоциями, нужно решить, как улучшить работу команды на следующем этапе, например: «Сразу выясняем, какими навыками обладают новые участники», «Распределяем задачи в зависимости от опыта специалистов».

Синяя шляпа: подведение итогов. Это заключительный этап мозговой атаки, на котором нужно систематизировать идеи и сформулировать результат встречи, например: «Мы не выполнили план по задаче, потому что в начале возникли сложности с менее опытными членами команды. Чтобы на следующем этапе такого не было, решили сразу выяснять уровень опыта новых участников и в зависимости от этого распределять задачи».

Описание методики S.C.A.M.P.E.R.

Методика «SCAMPER» представляет собой схему постановки определённых вопросов, которые стимулируют генерацию новых идей.

«SCAMPER» — это:

- **S** — Substitute (замещение).
- **C** — Combine (комбинирование).
- **A** — Adapt (адаптация).
- **M** — Modify/Magnify (модификация, увеличение).
- **P** — Put to Other Uses (предложение другого применения).
- **E** — Eliminate (устранение или сведение действия до минимума).
- **R** — Rearrange/Reverse (обращение, изменение порядка).

Перед применением методики необходимо чётко поставить задачу: определить проблему, которая требует решения, или идею, которая должна быть разработана. Вопросы - приложение 1.

Описание методики TRIZ.

ТРИЗ, или теория решения изобретательских задач — набор методов решения задач и усовершенствования систем, в основе которых лежит креативный подход.

Противоречие — отношение двух понятий и суждений, каждое из которых является отрицанием другого.

В ТРИЗ существует три вида противоречий. В списке они расположены от самого простого по разрешению к самому сложному:

Административное противоречие возникает, когда «нужно улучшить систему, но я не знаю как или не имею на это права». Это противоречие может быть нейтрализовано изучением дополнительных материалов или принятием административных решений — то есть поиском ресурсов, с помощью которых это противоречие можно разрешить.

Техническое противоречие возникает, когда улучшение одного параметра системы приводит к ухудшению другого параметра. Например, крыло самолёта должно быть прочным — для этого нужно больше материала. Но оно должно быть лёгким — но тогда оно не будет прочным.

Физическое противоречие: «для улучшения системы какая-то её часть должна находиться в разных физических состояниях одновременно, что невозможно». Это самое сложное противоречие, потому что оно упирается в физические законы природы.

Что такое идеальный конечный результат в ТРИЗ?

Идеальный конечный результат (ИКР) — это ситуация, когда нужное действие получается без каких-либо затрат (потерь), использования внешних ресурсов, усложнений и нежелательных эффектов.

Немного идеального объяснения из книги М.М. Кане «Основы исследований, изобретательства и инновационной деятельности в машиностроении»:

Идеальная машина — машина которой нет, а её функции выполняются.

Идеальный процесс — процесс, которого нет, а результат от процесса есть.

При формулировании идеального конечного результата желательно применять слово «самостоятельно» (сам, сама, само, сами). Обычно используют три формулировки:

Система самостоятельно выполняет данную функцию.

Системы нет, а функции её выполняются с помощью ресурсов.

Функция не нужна.

Правильная формулировка ИКР заставляет сделать так, чтобы достижение решения задачи было по возможности бесплатным, то есть с использованием только тех ресурсов, которые у нас уже есть.

Как применять ТРИЗ:

1. Сформулируйте изобретательскую задачу.
2. Определите, к какому виду противоречий она относится.
3. Сформулируйте идеальный конечный результат.
4. Определите, какие ресурсы, которыми вы обладаете, могут быть использованы для её решения.
5. Примените один из приёмов решений одним из методов решения.
6. Проанализируйте результат.

Таким образом, ТРИЗ — это поиск решения нестандартных проблем в известном поле знаний. Несмотря на множество терминов, как можно увидеть из описания приёмов и методов, ТРИЗ — это то, что мы ежедневно применяем в своей жизни, но просто не называем этой аббревиатурой.

Задание: подготовить драфт концепции креативного продукта для команды студентов.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Краткая теория
2. Разделение на проектные команды. Состав команды неизменен в рамках данной дисциплины.
3. Проведение мозгового штурма. Студенты объединяются в команды до 5 человек. После первой итерации мозгового штурма проводится дополнительная, с использованием метода «6 шляп»
4. Проведение метода S.C.A.M.P.E.R.
5. Уточнение концепции проекта с применением методики TRIZ
6. Рефлексия

Отчёт: результаты проведения методик, драфт концепции креативного продукта.

Контрольные вопросы:

- 1) Какая методика наиболее эффективна при разработке концепций проектов?
- 2) Сложно ли применять нетипичные роли при мозговом штурме?
- 3) Что следует сделать, чтобы «фантастические» идеи стали реальным креативным продуктом?

Критерии оценивания:

- 5 - Группа студентов активно вовлечена в выполнения работы. Итоговая концепция содержит результаты работы по всем трем методикам.
- 4 - Группа студентов активно вовлечена в выполнения работы. Итоговая концепция содержит результаты работы по двум из трех методик.
- 3 - Группа студентов активно вовлечена в выполнения работы. Итоговая концепция содержит результаты работы одной из трех методик.
- 2 - Группа студентов безучастна к работе.

Раздаточный материал: -

Практическое занятие №2 «Оценка потенциала проекта»

Тема: Формирование концепции проекта.

Цель: обучить составлению УТП исходя из концепции креативного продукта.

Продолжительность занятия: 180 минут.

Перечень оснащения и оборудования, источников: компьютеры с лицензионным программным обеспечением по количеству обучающихся, флипчарт или доска, маркеры, листы бумаги, ручки, таймер

Краткая теория: -

Задания:

- 1) Провести анализ целевой аудитории;
- 2) Составить портрет целевой аудитории;
- 3) Подготовить презентацию с результатами определения целевой аудитории.

Порядок и методика выполнения заданий:

- 1) Определить целевую аудиторию, используя методику 5W, а также анализ «от покупателя», «от продукта» и «от рынка»
- 2) Составить 3 портрета целевой аудитории для креативного продукта
- 3) Провести презентацию результатов перед аудиторией

Отчёт: 3 портрета целевой аудитории для креативного продукта.

Контрольные вопросы:

- 1) Что является преимуществом методики 5W?
- 2) Что в портрете целевой аудитории является основным, а что дополнительным?
- 3) Возможно ли работать без определения целевой аудитории?

Критерии оценивания:

5 - Группа студентов активно проявила себя при выполнении всех заданий. Итоговая концепция содержит результаты работы по всем трем методикам.

4 - Группа студентов активно проявила себя при выполнении всех заданий. Итоговая концепция содержит результаты работы по двум из трех методик.

3 - Группа студентов активно проявила себя при выполнении всех заданий. Итоговая концепция содержит результаты работы одной из трех методик.

2 - Группа студентов безучастна к работе.

Раздаточный материал: -

Практическое занятие №3 «Анализ компетенций членов команды»

Тема: Команда проекта и распределение ролей.

Цель: обучить навыкам анализа компетенций членов команды.

Продолжительность занятия: 90 минут.

Перечень оснащения и оборудования, источников: компьютеры с лицензионным программным обеспечением по количеству обучающихся, флипчарт или доска, маркеры, листы бумаги, ручки, таймер.

Краткая теория: -

Задание: провести оценку компетенций проектной команды и определить дефициты.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Определение ключевых компетенций, необходимых для реализации концепции креативного продукта
2. Анализ уровня сформированности компетенций внутри проектной команды
3. Определение дефицитов

Отчёт: матрица компетенций членов команды.

Контрольные вопросы:

1. Какие компетенции важны для любого проекта?
2. Что лучше - развивать компетенции команды исходя из проектов или подбирать команду под проект?
3. Как восполнить дефицит компетенций?

Критерии оценивания:

5 - Группа студентов провела оценку компетенций. Все компетенции выделены объективно, дефициты конкретизированы.

4 - Группа студентов провела оценку компетенций. Все компетенции выделены объективно, дефициты не конкретизированы.

3 - Группа студентов провела оценку компетенций. Все компетенции выделены субъективно, дефициты не конкретизированы.

2 - Группа студентов безучастна к работе.

Раздаточный материал:

1. Матрица компетенций.

	Компетенция 1	Компетенция 2	Компетенция 3	Компетенция X
Участник 1				
Участник 2				
Участник 3				
Участник X				

2. Описание типов компетенций:

- Неосознанное незнание: человек не знает, нужен ему какой-то навык или нет, либо вообще не знает о существовании этого навыка.
- Осознанное незнание: человек уже понял, что ему нужно лучше разобраться в вопросе и освоить что-то новое, но пока этого не сделал.
- Осознанное знание: человек получил новый навык, но пока не довел его до автоматизма, он знает, как делать, но ему нужно прикладывать усилия.
- Неосознанное знание: человек довел умение до автоматизма и перестал отдавать себе отчет, как он решает задачу — решает и всё.

Практическое занятие №4 «Разработка модели реализации и монетизации креативного проекта»

Тема: Модели реализации и монетизации креативных продуктов.

Цель: обучить способам разработки моделей реализации и монетизации креативных проектов.

Продолжительность занятия: 180 минут.

Перечень оснащения и оборудования, источников: компьютеры с лицензионным программным обеспечением по количеству обучающихся, флипчарт или доска, маркеры, листы бумаги, ручки, таймер.

Краткая теория: -

Задание: подготовить проект модели реализации и монетизации креативного проекта.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Определение инструментов для монетизации проекта
2. Определение целевых аудиторий и составление плана монетизации
3. Составление модели монетизации проекта
4. Презентации проектов, обсуждение результатов, внесение правок и доработок на основе обратной связи
5. Рефлексия

Отчёт: модель реализации и монетизации креативного проекта.

Контрольные вопросы:

- 1) Какие способы монетизации исключают друг друга?
- 2) Как монетизировать сложные креативные проекты?
- 3) Возможно ли из проекта сделать пассивный доход?

Критерии оценивания:

5 - Группа студентов составила модель реализации и монетизации проекта. Модель учитывает все возможные способы монетизации и не содержит противоречий. Плановые результаты реалистичны.

4 - Группа студентов составила модель реализации и монетизации проекта. Модель не учитывает все возможные способы монетизации и не содержит противоречий.

3 - Группа студентов составила модель реализации и монетизации проекта. Модель не учитывает все возможные способы монетизации и содержит противоречий.

2 - Группа студентов безучастна к работе.

Раздаточный материал: -

Практическое занятие №5 «Анализ рисков. Методы управление рисками»

Тема: Бюджетирование и планирование ресурсов.

Цель: обучить студентов методам анализа рисков.

Продолжительность занятия: 90 минут.

Перечень оснащения и оборудования, источников: компьютеры с лицензионным программным обеспечением по количеству обучающихся, флипчарт или доска, маркеры, листы бумаги, ручки, таймер.

Краткая теория: -

Задание: провести анализ рисков при реализации проекта.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Провести SWOT-анализ концепции креативного продукта
2. Составить спираль рисков
3. Составить стратегию преодоления рисков
4. Рефлексия

Отчёт: справка о наличии рисков и стратегии их преодоления.

Контрольные вопросы:

- 1) Всегда ли можно определить все возможные риски?
- 2) Что необходимо предпринять, чтобы предвосхитить большинство рисков?
- 3) Как быть готовым к критическим ситуациям?

Критерии оценивания:

5 - Группа студентов провела оценку рисков. выделено не менее 10 рисков. Спираль рисков сформирована правильно. Стратегия преодоления рисков реалистична.

4 - Группа студентов провела оценку рисков. выделено менее 10 рисков. Спираль рисков сформирована правильно. Стратегия преодоления рисков реалистична.

3 - Группа студентов провела оценку компетенций. Все компетенции выделены субъективно, дефициты не конкретизированы.

2 - Группа студентов безучастна к работе.

Раздаточный материал: -

Практическое занятие №6 «Составление бюджета проекта в соответствии с концепцией»

Тема: Бюджетирование и планирование ресурсов.

Цель: обучить способам составления бюджета проекта.

Продолжительность занятия: 180 минут.

Перечень оснащения и оборудования, источников: компьютеры с лицензионным программным обеспечением по количеству обучающихся, флипчарт или доска, маркеры, листы бумаги, ручки, таймер.

Краткая теория: -

Задание: составить бюджет проекта.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Составить перечень этапов разработки проекта (количество этапов, промежуточные результаты, время реализации каждого этапа)
2. Составить дорожную карту с привязкой к бюджету проекта (по неделям/месяцам)
3. Подсчет берн-рейта, включая этап оптимизации (Приложение 2)
4. Презентация бюджета проекта
5. Рефлексия

Отчёт: берн-рейт проекта.

Контрольные вопросы:

- 1) Что такое берн-рейт и какие у него преимущества?
- 2) Существуют ли универсальные способы оптимизации бюджета?
- 3) На каких статьях бюджета лучше не экономить?

Критерии оценивания:

- 5 - Группа студентов составила берн-рейт. Все статьи расходов реалистичны, оптимизация позволила сократить изначальный бюджет более чем на 20%.
- 4 - Группа студентов составила берн-рейт. Все статьи расходов реалистичны, оптимизация позволила сократить изначальный бюджет менее чем на 20%.
- 3 - Группа студентов составила берн-рейт.
- 2 - Группа студентов безучастна к работе.

Раздаточный материал: -

Практическое занятие №7 «Разработка бизнес-плана проекта»

Тема: Проектная документация (разработка бизнес-плана).

Цель: обучить технологии составления бизнес-планов.

Продолжительность занятия: 270 минут.

Перечень оснащения и оборудования, источников: компьютеры с лицензионным программным обеспечением по количеству обучающихся.

Краткая теория: -

Задание: подготовить бизнес-план для концепции креативного продукта.

Порядок и методика выполнения заданий:

1. Составление бизнес-плана проекта в соответствии со стандартом UNIDO
2. Подготовка кратких брифов проектов
3. Презентация брифов проектов в формате мирового кафе
4. Доработка проектов

Отчёт: бизнес-план в соответствии со стандартом UNIDO, краткий бриф проекта.

Контрольные вопросы:

- 1) В отношении каких разделов бизнес-плана Вы испытали сложности при заполнении?
- 2) Какие дефициты обнаружены в ходе разработки бизнес-плана?
- 3) Изменилась ли концепция проекта?

Критерии оценивания:

- 5 - Группа студентов составила бизнес-план проекта в соответствии со стандартом UNIDO. Проработаны все разделы стандарта.
- 4 - Группа студентов составила бизнес-план проекта в соответствии со стандартом UNIDO. Проработаны более половины разделов стандарта.
- 3 - Группа студентов составила бизнес-план проекта в соответствии со стандартом UNIDO. Проработаны менее половины разделов стандарта.
- 2 - Группа студентов безучастна к работе.

Раздаточный материал: -

Практическое занятие №8 «Взаимные презентации бизнес-проектов»

Тема: Защита индивидуальных проектов.

Цель: провести предварительный питчинг проектов и получить обратную связь.

Продолжительность занятия: 180 минут.

Перечень оснащения и оборудования, источников: компьютеры с лицензионным программным обеспечением по количеству обучающихся, флипчарт или доска, маркеры, листы бумаги, ручки, таймер, проектор.

Краткая теория: -

Задание: провести предварительный питчинг проектов и получить обратную связь.

Порядок и методика выполнения заданий: группы студентов по очереди выступают с презентациями своих проектов. Время на презентацию проекта - не более 5 минут. Время на обратную связь - не более 10 минут. В жюри рекомендуется пригласить потенциальных заказчиков проекта

Отчёт: презентация бизнес-проекта.

Контрольные вопросы:

- 1) Какие трудности Вы испытали при подготовке презентации проектов?
- 2) Какие правки будут вноситься по итогу питчинга?
- 3) Измениться ли концепция проекта?

Критерии оценивания:

- 5 - Группа студентов провела питчинг проекта. Питчинг раскрыл все стороны проекта. Все вопросы аудитории были отработаны.
- 4 - Группа студентов провела питчинг проекта. Питчинг раскрыл все стороны проекта. Все вопросы аудитории были отработаны.
- 3 - Группа студентов провела питчинг проекта. Питчинг раскрыл все стороны проекта. Все вопросы аудитории были отработаны.
- 2 - Группа студентов безучастна к работе.

Раздаточный материал: бланк оценки проектов (приложение 3).

IV. ИТОГОВЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ

В качестве проекта для итоговой аттестации студенты (в группах или индивидуально) предоставляют проект - презентация бизнес плана проекта

Критерии оценивания (итоговая аттестация):

Критерий	Оценка 2	Оценка 3	Оценка 4	Оценка 5
Презентация проекта	Работа не выполнена	Соблюдены тайминги презентации	Соблюдены тайминги презентации, наглядные материалы высокого качества	Соблюдены тайминги презентации, наглядные материалы высокого качества, все разделы содержательно раскрыты
Содержание бизнес-плана	Работа не выполнена	бизнес-план составлен в соответствии со стандартом UNIDO	бизнес-план составлен в соответствии со стандартом UNIDO, все разделы заполнены информацией	бизнес-план составлен в соответствии со стандартом UNIDO, все разделы заполнены информацией, информация соответствует содержанию раздела

V. СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5.1. Основные печатные и электронные издания

1. Курлыкова, А. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / А.В. Курлыкова, И.Н. Корабейников. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 132 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699589> Библиогр.: с. 126-128, ISBN 978-5-4499-3600-4 (дата обращения 30.09.2024).

2. Серпухова Е.П. Основы предпринимательства и бизнес-планирования: учебник для СПО / Серпухова Е.П., Сайманова О.Г. — Саратов: Профобразование, 2022. — 175 с. — ISBN 978-5-4488-1373-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт], URL: <https://www.iprbookshop.ru/116273.html> (дата обращения 30.09.2024).

3. Суминова, Татьяна Николаевна. Арт-менеджмент как технология креативной экономики : монография / Т. Н. Суминова. - Москва : Академический проект, 2021. - 279 с. : табл.; 21 см.; ISBN 978-5-8291-3854-7 : 300 экз., URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01010751221> (дата обращения 30.09.2024).

5.2. Дополнительные источники

1. Горбунов, Владимир Леонидович. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: научно-практическое пособие / В. Л. Горбунов. - 3-е изд. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2022. - 286, [1] с.: ил., табл.; 21 см. - (Наука и практика).; ISBN 978-5-369-01894-1 (РИОР): 500 экз., URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01010968145> (дата обращения 30.09.2024).

Substitute (замещение).

Нужно поразмыслить о том, как и чем можно заменить часть имеющейся проблемы, сервиса или процесса; людей, схемы действий, эмоции и т.д., что уже само по себе нередко приводит к появлению новых идей.

Вопросы:

1. Как и чем можно заменить составляющие части?
2. Как и чем можно заменить имеющиеся правила?
3. Как и чем можно заменить форму?
4. Как и чем можно заменить запах, звук, поверхность, цвет?
5. Как и кем можно заменить участников процесса?
6. Можно ли изменить название?
7. Можно ли заменить одну часть другой?
8. Можно ли применить данную идею в новом направлении?
9. Можно ли изменить свои ощущения, связанные с этим?
10. Можно ли изменить своё отношение к этому?

Combine (комбинирование).

Попробуйте понять, можно ли скомбинировать несколько частей поставленной проблемы для её решения или усиления взаимодействия этих частей. Креативное мышление и генерация идей предполагают именно сочетание уже имеющихся, но изначально не связанных друг с другом частей проблемы или замысла для создания того, чего ещё нет.

Вопросы:

1. Можно ли скомбинировать несколько замыслов или их частей и как?
2. Можно ли скомбинировать результаты каждого замысла или их частей и как?
3. Можно ли скомбинировать поставленную задачу с чем-то другим?
4. Что может быть скомбинировано, чтобы расширилась область применения?
5. Какие части (материалы, товары, услуги) могут быть скомбинированы?
6. Можно ли скомбинировать различные способности для достижения результата?

Adapt (адаптация).

Задумайтесь о том, как с помощью уже имеющихся идей и способов решить новые задачи? Вполне вероятно, что это и будет нужным решением. Здесь важно руководствоваться тем, что все новые идеи состоят из частей уже существующих.

Вопросы:

1. Существуют ли аналоги, и на что это может быть похоже?
2. Сталкивался ли я уже с чем-то подобным?
3. Что ещё можно извлечь из этой ситуации?
4. Чем из уже существующего я могу воспользоваться, чтобы решить эту проблему?
5. Могу ли я скопировать кого-то и чьи идеи я могу использовать для себя?
6. Какие уже существующие идеи я могу адаптировать под себя?
7. Может ли моя концепция быть представлена в другом контексте?
8. Есть ли в других областях идеи, которые можно было бы применить?

Modify/magnify (модификация, увеличение).

Поищите возможные способы расширения или модификации имеющихся идей. Таким образом можно добиться не только трансформации существующих вариантов решения проблемы, но и суметь увидеть её под новым ракурсом, а также увеличить эффективность своих действий.

Вопросы:

1. Что и как можно модифицировать?
2. Какие идеи можно расширить и как?
3. Как и что можно сделать с большей эффективностью?
4. Можно ли это легко повторить?
5. Можно ли придать имеющимся идеям и концепциям дополнительную ценность?

Put to other uses (предложение другого применения).

Есть ли у имеющейся на данный момент идеи другие области применения? Есть ли среди того, что вы использовали ранее, что-то, при помощи чего вы могли бы решить настоящую проблему? Во многих случаях всего лишь одним способом можно решить несколько задач. Нужно лишь увидеть эту возможность.

Вопросы:

1. Как ещё это можно использовать?
2. Может ли это быть применено не только к тому, что планировалось, но и к чему-либо другому?
3. Как данную идею мог бы использовать ребёнок или пожилой человек?
4. Можно ли применить имеющуюся идею, модифицировав её?
5. Как бы я оценил эту идею, если бы узнал её только сейчас?

Eliminate (устранение или сведение до минимума).

Представьте, что случится, если некоторые из частей вашей нынешней идеи или концепции будут устранены или минимизированы с целью её дальнейшей разработки? Попробуйте избавиться от нескольких составляющих, варьируйте компоненты, переставляйте слагаемые местами – это поможет вам сузить круг проблем и перейти от общего к частному.

Вопросы:

1. Можно ли упростить эту проблему?
2. Что можно удалить из контекста без существенных изменений?
3. Какое условие не является обязательным?
4. Можно ли сделать исключение из правил?
5. Можно ли и нужно ли разделять проблему на несколько частей?
6. Можно ли придать этому меньший объём?

Rearrange/reverse (обращение, изменение порядка).

Задумайтесь над тем, есть ли возможность действовать в обратном порядке, изменить последовательность действий, что для этого нужно сделать и как это будет выглядеть? В некоторых ситуациях это позволяет быстро найти решение проблемы и способствует появлению новых идей.

Вопросы:

1. Какой порядок будет наиболее оптимальным?
2. Являются ли отдельные части взаимозаменяемыми?
3. Может ли быть иная последовательность действий?
4. Можно ли поменять местами причину и следствие?
5. Можно ли поменять местами положительные и отрицательные аспекты?
6. Что будет, если рассмотреть проблему в обратном порядке?
7. Что будет, если я буду действовать от обратного?

Приложение 2. Модель распределения финансирования

Месяцы	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Готовность продукта	Prot	Proof of Concept	VS & Demo	Alpha	CBT	OBT & EA	Release	-	-	-	DLC	-
	-	-	Steam	-	Старт продвижения	EA	Активное продвижение	-	-	Реклама DLC	Реклама DLC	-
Маркетинг ₺	-	-	₺10 000,00		₺10 000,00	000,00	₺10 000,00			₺10 000,00	₺10 000,00	
Продажи	-	-	6 666,67	0,00	6 666,67	6 666,67	6 666,67	0,00	0,00	6 666,67	6 666,67	0,00
Поддержка			1 человек	1 человек	1 человек	1 человек	2 человек	3 человека	2 человек	2 человек	2 человек	3 человек
	Компоненты проекта											
Компонент 1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Компонент 2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Компонент 3	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Компонент 4	-	-	-	1	2	3	3	3	4	5	5	5
Компонент X	1	2	3	5	7	9	10	12	13	14	15	15
Burn Rate												
Участник 1	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00
Участник 2	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00
Участник 3	₺0,00	₺0,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00
	₺0,00	₺0,00	₺1 000,00	₺0,00	₺0,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00	₺1 000,00
Расходы 1	₺0,00	₺0,00	₺300,00	₺300,00	₺300,00	₺300,00	₺300,00	₺300,00	₺300,00	₺300,00	₺300,00	₺300,00
Расходы 2	₺100,00	₺0,00	₺0,00	₺0,00	₺0,00	₺0,00	₺3 000,00	₺0,00	₺0,00	₺0,00	₺0,00	₺0,00
С запасом	₺2 730,00	₺2 600,00	₺6 890,00	₺290,00	₺5 590,00	₺6 890,00	₺12 090,00	₺6 890,00	₺890,00	₺8 190,00	₺8 190,00	₺190,00
	₺3 030,30	₺2 886,00	₺7 647,90	₺761,90	₺6 204,90	₺7 647,90	₺13 419,90	₺7 647,90	₺647,90	₺9 090,90	₺9 090,90	₺90,90
	₺45 598,80							₺42 568,50				
	₺											

Оценочный лист по проекту

Проект		
Название команды		
Дата		
Критерии оценки	Оценка по 10-балльной шкале	Примечания (при необходимости)
Резюме проекта		
Описание команды проекта		
Услуги/товары		
Маркетинговый план		
Производственный план		
Организационный план		
Финансовый план		
Оценка эффективности проекта		
Гарантии и риски команды		
Презентационные материалы		
Выступление команды		
Резльтирующая оценка за проект		Подпись
ФИО эксперта		