

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им.
В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Рабочее проектирование объектов дизайна архитектурной среды

направление подготовки (специальность):

07.03.03-01 «Дизайн архитектурной среды»

Направленность программы (профиль, специализация):

Профиль подготовки

«Проектирование городской среды»

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

Институт: Архитектурный, Институт экономики и менеджмента

Кафедра: Дизайна архитектурной среды, маркетинга

Белгород 2024

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 07.03.03 – Дизайн архитектурной среды (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 29 июня 2017 № 510;
- учебного плана, утвержденного ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2021 году.

Составитель (составили): ст. преподаватель.  (Л.А. Пашкова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Составитель: к.э.н., доц.  (Т.Н. Пономарева)

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

«18» марта 2024 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой: к.ф.н. доцент  (С.В. Тикунова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Заведующий кафедрой
маркетинга  Щетинина Е.Д.

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
дизайна архитектурной среды

Заведующий кафедрой: к.ф.н. доцент  (С.В. Тикунова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

«18» марта 2024 г., протокол № 7

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

«21» марта 2024 г., протокол № 7

Председатель  (М.А. Лепёшкина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
<p>разработка архитектурно-дизайнерского проекта создания, преобразования, сохранения, адаптации гармоничной, комфортной и безопасной искусственной среды и ее компонентов</p>	<p>ПК-1. способен участвовать в разработке и оформлении архитектурно-дизайнерского раздела проектной документации</p>	<p>ПК-1.1. Участвует в обосновании выбора архитектурно-дизайнерских решений объекта проектирования и строительства; участвует в разработке и оформлении проектной документации; проводит расчет технико-экономических показателей; использует средства автоматизации архитектурного и дизайнерского проектирования и компьютерного моделирования</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать Методы художественных концепций в средовом проектировании. Типы инноваций, методы генерирования идей. Роль и место интернет-технологий в управлении инновациями. Техно-экономические и маркетинговые показатели эффективности дизайн-проекта.</p> <p>Уметь Генерировать проектную идею и последовательно развивать ее в проектировании. Разрабатывать проектные решения во взаимодействии со смежниками. Понимать потребности целевого рынка. Проводить исследования целевой аудитории. Разрабатывать PR – кампанию дизайн-проекта. Проводить расчет технико-экономических и маркетинговых показателей проекта.</p> <p>Владеть Навыками формирования экономических, экологических и этических потребностей территории. Методами исследования рынка. Навыками генерирования идей. Навыками оценки потребительской ценности дизайн-проекта. Навыками планирования рекламной кампании на предпроектной, проектной и послепроектной стадиях.</p>
		<p>ПК-1.2. Применяет требования нормативных документов по архитектурно-дизайнерскому проектированию, включая условия проектирования безбарьерной среды и нормативы, обеспечивающие</p>	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать методы архитектурной композиции, основы визуального восприятия и принципы упорядочения форм и пространств и смысл и содержание проектной деятельности по формированию интерьера открытых городских пространств с учетом влияния социальных, экономических и технологических</p>

		создание комфортной среды жизнедеятельности с учетом потребностей лиц с ОВЗ и маломобильных групп граждан; состав и правила подсчета технико-экономических показателей, учитываемых при проведении технико-экономических расчетов проектных решений; методы и приемы автоматизированного проектирования	требований. Уметь обеспечивать в проекте решение актуальных социальных и экологических задач создания здоровой, доступной и комфортной среды и решать основные типы проектных задач, а именно проектировать и конструировать объекты жилой среды, производственной и общественной среды, городские пространства. Владеть творческими приемами выдвижения авторского архитектурно-художественного замысла, стимулирования инноваций и приемами объемного и графического моделирования формы объекта, и соответствующей организацией проектного материала для передачи творческого художественного замысла
--	--	---	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Компетенция ПК-1. способен участвовать в разработке и оформлении архитектурно-дизайнерского раздела проектной документации
Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины ¹
1.	Архитектурно-строительные конструкции
2.	Компьютерное моделирование и визуализация
3.	Теория и методология архитектурно-дизайнерского проектирования
4.	Основы цветопластического моделирования в архитектурно-дизайнерском проектировании
5.	Архитектурно-дизайнерское проектирование
6.	Архитектурная типология
7.	Графический дизайн
8.	Семиотика
9.	Рабочее проектирование объектов дизайна архитектурной среды
10.	Учебная ознакомительная практика(архитектурно-обмерная и геодезическая) (3)
11.	Учебная художественная практика (1)
12.	Производственная технологическая практика (технология строительного производства)(2)
13.	Производственная проектно-технологическая практика (2)
14.	Производственная преддипломная практика (4)
15.	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

¹ В таблице должны быть представлены все дисциплины и(или) практики, которые формируют компетенцию в соответствии с компетентностным планом. Дисциплины и(или) практики указывать в порядке их изучения по учебному плану.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов.

Форма промежуточной аттестации д. зачет и экзамен

Вид учебной работы ²	Всего часов	Семестр № 7	Семестр № 8
Общая трудоемкость дисциплины, час	144	36	108
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	51	34	17
лекции	17	17	
лабораторные			
практические	34	17	17
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации ³			
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	74	38	55
Курсовой проект			
Курсовая работа			
Расчетно-графическое задание			
Индивидуальное домашнее задание	9		9
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)		38	55
Экзамен	36		36

² в соответствии с ЛНА предусматривать

- не менее 0,5 академического часа самостоятельной работы на 1 час лекций,
- не менее 1 академического часа самостоятельной работы на 1 час лабораторных и практических занятий,
- 36 академических часов самостоятельной работы на 1 экзамен
- 54 академических часов самостоятельной работы на 1 курсовой проект, включая подготовку проекта, индивидуальные консультации и защиту
- 36 академических часов самостоятельной работы на 1 курсовую работу, включая подготовку работы, индивидуальные консультации и защиту
- 18 академических часов самостоятельной работы на 1 расчетно-графическую работу, включая подготовку работы, индивидуальные консультации и защиту
- 9 академических часов самостоятельной работы на 1 индивидуальное домашнее задание, включая подготовку задания, индивидуальные консультации и защиту
- не менее 2 академических часов самостоятельной работы на консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации

³ включают предэкзаменационные консультации (при наличии), а также текущие консультации из расчета 10% от лекционных часов (приводятся к целому числу)

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4.1 Наименование тем, их содержание и объем
Курс 4 Семестр 7

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1.	Тема №1. Введение в дисциплину «Маркетинговое сопровождение дизайн-проектов». Сущность современного маркетинга, эволюция развития, цели и задачи маркетинговой деятельности. Значимость маркетинга при создании дизайн-проекта, стартапа, бизнес-плана.	1	1		2
2.	Тема №2. Рабочие понятия дисциплины. Основные категории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, рынок. Оценка потребностей потребителей и общества. Явные и скрытые потребности. Методы определения и понимания потребностей целевого рынка. Ключевые различия маркетинга дизайн-проекта, стартапа, бизнес-плана и маркетинга товара / услуги для уже существующего бизнеса.	2	2		4
3.	Тема №3. Оценка маркетинговой/рыночной среды проекта. Маркетинговые исследования внешней среды территории. Оценка факторов, влияющих на проектную деятельность. Конъюнктурный анализ. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Разнообразие культурных ценностей обществ; ценности, ориентированные на других, ценности, ориентированные на природу, ценности, ориентированные на себя. PEST-анализ. Оценка и формирование экономических, экологических и этических потребностей территории.	2	2		4
4.	Тема №4. Оценка поведения потребителей дизайн-проекта. Потребление как обретение и использование товаров в материальной форме, услуг и идей. Модели потребительского поведения. Внешние и внутренние факторы поведения потребителей, процесс решения о покупке и их взаимосвязь. Маркетинг отношений. Цветовая психология. Модель «черный ящик». Влияние архетипов на принятие решений. Восприятие и его роль в обработке информации потребителем. Стимульные факторы: размер и интенсивность, цвет и движение, изоляция, формат, компрессованные сообщения, количество информации. Интерпретация и ее виды: когнитивная, аффективная. Управление поведением потребителей при внедрении дизайн-проекта.	2	2		4
5.	Тема №5. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений. Определение целевой аудитории. Обзор распространенных методов исследования рынка, таких как опросы, фокус-группы и анализ данных. Выбор целевой аудитории. Определение структуры и объема выборки. Сбор информации об ожиданиях потребителей/общественности. Оценка общественного мнения для нивелирования риска несоответствия проекта ценностным ожиданиями клиентов. Анализ полученных данных.	2	2		4

6.	Тема №6. Методы создания новых идей проектов, жизненный цикл проекта, управление дизайн-проектом как продуктом. Формирование идеи дизайн проекта. Дизайн-проект как товар. Понятия новация, инновация, модернизация. Типы инноваций. Источники и методы генерирования идеи проекта: латеральный маркетинг, ТРИЗ (АРИЗ), морфологическая матрица, метод фокальных объектов, «Шесть шляп Боно и др. Дизайн-проект как продукт территориального маркетинга, его специфика. Жизненный цикл дизайн-проекта.	2	2		4
7.	Тема №7. Конкурентный анализ проектов. Муниципальный продукт как выражение конкурентоспособности города (территории). Оценка потребительской ценности дизайн-проекта. Конкурентоспособность различных проектов на основе расчета интегрального показателя. Методы анализа конкурентной среды проектов.	2	2		4
8.	Тема №8. Коммуникативная политика. Планирования рекламной кампании на предпроектной, проектной и послепроектной стадиях. Формирование общественного мнения. Разработка PR – кампаний проекта (дизайн-проект как ценность для жителей территории и для инвесторов). Современные рекламные стратегии. Цифровой маркетинг в продвижение проектов (маркетинг в социальных сетях, поисковая оптимизация, персонализированный маркетинг, смс-информирование и т.д). Роль и место интернет-технологий в управлении инновациями. Обеспечение рационального сочетания традиционного и электронного инновационного маркетинга. Позиционирование и продвижение территории на внешнем рынке на основе дизайн-проектирования. Презентация дизайн-проекта. Разработка коммуникационной стратегии со всеми точками взаимодействия при проектирования дизайн-проекта (деловое окружение, потребители, общественность).	2	2		4
9.	Тема №9. Организация продаж дизайн проекта. Стратегическое развитие проекта. Техничко-экономическая и маркетинговая оценка проекта Этапы реализации маркетинга проекта (инициатива, тестирование идеи, процесс диффузии (проникновения идеи) на рынок, продвижение продукта). Организация прямых продаж дизайн-проекта, идеи, стартапа, бизнес плана. Факторы, влияющие на создание положительного имиджа. Создание «атмосферы доверия» (вербалика, невербалика, паралингвистика) при личном контакте с инвесторами проекта. Эффективность дизайн-проекта (социальная, экономическая, экологическая). Разработка маркетинговой стратегии, направленной на формирование положительного имиджа дизайн-проекта в долгосрочном периоде. Оценка затрат, финансовой и потребительской ценности дизайн-проекта. Оценка рисков проекта.	2	2		4
	ВСЕГО	17	17		38

Курс 4 Семестр 8

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1 - Рабочее проектирование. Все виды рабочей документации.					
	Тема №1. Рабочее проектирование. Что входит в это понятие? Все виды рабочей документации с учетом технологических требований по выполнению дизайн-объекта в заданной технике ориентироваться в основных стадиях составления рабочей документации для объектов архитектурной среды, используя современные компьютерные технологии.		4		3
Раздел 2 - Нормативная документация проектирования объектов дизайна архитектурной среды					
	Тема 2: Нормативная документация составления рабочих чертежей. Перечень ГОСТов и требований ЕСКД		4		4
	Тема 3: Назначение рабочей документация для объектов дизайн- проектирования. Специфика документации в зависимости от объекта проектирования.		6		6
	Тема 4: Виды рабочей документации в зависимости от материала проектирования.		8		8
	Тема 5: Ортогональные чертежи и их специфика.		6		6
	Тема 6: 3d моделирование и особенности графической подачи.		8		8
Раздел 3 - Нормативная документация проектирования объектов дизайна архитектурной среды					
	Тема 7: Стадии выполнения рабочей документации.		8		8
	Тема 8: Требования по составлению сопутствующей информации - сводные ведомости расхода материалов, монтажные схемы, пояснительные записки, примечания.		6		6
	Тема 9: Эргономические схемы и таблицы, как составляющая часть рабочего проектирования		8		8
	Тема 10: Выполнение отдельных конструктивных узлов, имеющих формообразующее значение. Особенности графического изображения.		10		10
	ИДЗ- «Рабочее проектирование объекта дизайна архитектурной среды на примере помещений квартиры или общественного пространства. Особенности в проектировании интерьеров благоустройства предметно-пространственной среды помещения».				
	ВСЕГО		68		67

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

Курс 4 Семестр 7

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
1	Тема №1. Введение в дисциплину «Маркетинговое сопровождение дизайн-проектов»	Элементы маркетинга дизайн-проект. Что продаем (потребности, выгоды, преимущества, психология покупки). Кому продаем (жители, общественность, инвесторы). Как продаем (стили и виды продаж, атмосфера продаж, цели и стратегии в продажах).	1	2
2	Тема №2. Рабочие понятия дисциплины.	Методика выявления потребностей потребителей. Исследования желаемых атрибутов с помощью методики Кано. Деловая игра СПИН продажи (обучение представлять преимущества продукта под потребность клиента, техника постановки вопросов от извлекающих, до направляющих). Исследование потребностей клиентов (активное слушание, вопросы, техника SPIN, формирование потребности покупателя)	2	4
3	Тема №3. Оценка маркетинговой/рыночной среды проекта.	Составление PEST-анализа. Оценка конъюнктуры. Прогнозные оценки ситуации. Выявление рисков. Оценка устойчивости рынка.	2	4
4	Тема №4. Оценка поведения потребителей дизайн-проекта.	Видео-примеры экспериментов, направленные на изучение потребительского поведения. Психологические аспекты маркетинговой деятельности. Приемы сегментации (практическая задача).	2	4
5	Тема №5. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений.	Тренинг навыков разработки инструментария рыночного исследования. Составление анкеты, расчет объема выборки. Методы определения структуры выборки. Методы анализа данных. Выявление корреляции между качественными показателями при проведении опроса с помощью составления таблиц сопряженности.	2	4
6	Тема №6. Методы создания новых идей проектов, жизненный цикл проекта, управление дизайн-проектом как продуктом.	Деловая игра: создание нового товара/ идеи с помощью различных методов генерации идей: ТРИЗ, морфологическая матрица, методы аналогии, метод фокальных объектов и др. Расчет жизненного цикла.	2	4
7	Тема №7. Конкурентный анализ проектов.	Построение профиля конкурентных преимуществ и конкурентной карты рынка. Расчет конкурентоспособности товаров, проектов.	2	4
8	Тема №8. Коммуникативная политика.	Планирование рекламных кампаний (деловая игра). Расчет эффективности коммуникаций. Разработка слоганов. Оценка различных средств коммуникаций с потребителем, общественностью, инвесторами.	2	4
9	Тема №9. Организация продаж дизайн проекта. Стратегическое развитие проекта. Техно-экономическая и маркетинговая оценка	Деловая игра, направленная на обучение общаться с разными типами клиентов, на умение вести переговоры и презентовать инновационный продукт. Техника ведения телефонных разговоров, работа с возражениями. Отработка навыков создания «атмосферы	2	4

	проекта	доверия». Деловая игра: Как построить эффективное взаимодействие во время продажи. Работа в команде (мозговой штурм). Самоменеджмент (алгоритм управления собой, самодиагностика, симптомы низкой организации, планирование времени, расстановка приоритетов). Работа с конфликтами (признаки конфликтов, управление конфликтами, формы завершения конфликтов). Деловой этикет (этические нормы делового общения, этикет устных распоряжений)		
	ВСЕГО		17	38

Курс 4 Семестр 8

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 8				
1	Раздел 1- Рабочее проектирование объекта дизайна архитектурной среды на примере помещений квартиры или общественного пространства.	Осуществление предпроектного анализа, выполнение чертежей, схем и архитектурных рисунков.	2	2
	Раздел 2- Рабочее проектирование объекта дизайна архитектурной. Особенности в проектировании интерьеров	Выполнение проектного предложения по разработке дизайн-проекта помещений квартиры, кафе, нескольких функционально взаимосвязанных помещений школы и пр.	2	2
3	Раздел 3- Специфика дизайна архитектурной среды в преобразовании фрагментов городской среды	Разработка или реновация существующего фрагмента городской среды с учетом специфических функций территории и с соответствием нормам и правилам городской застройки. Выполнение чертежей, схем и архитектурных рисунков.	4	4
	ВСЕГО			

4.3. Содержание лабораторных занятий

Учебным планом не предусмотрены.

4.4. Содержание курсовой работы⁴

Курсовой работы учебным планом не предусмотрено

4.5. Содержание расчетно-графического задания, индивидуальных домашних заданий⁵

Задание на выполнение индивидуального домашнего задания по дисциплине

⁴ Если выполнение курсового проекта/курсовой работы нет в учебном плане, то в данном разделе необходимо указать «Не предусмотрено учебным планом»

⁵ Если выполнение расчетно-графического задания/индивидуального домашнего задания нет в учебном плане, то в данном разделе необходимо указать «Не предусмотрено учебным планом»

«Рабочее проектирование объектов ДАС»

для студентов IV курса бакалавриата направления подготовки 07.03.03-01
«Дизайн архитектурной среды»

Направленность программы: «Проектирование городской среды» (8 семестр)

Индивидуальное домашнее задание (ИДЗ) ориентировано на разработку концепции группы киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины и состоит из графической части, оформленной в виде планшета (70x150см) и презентации.

1 ЦЕЛЬ РАБОТЫ

- овладение методами проектирования объектов ДАС на примере формируемой площадки группы киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины, включая цветовые решения и решения по отделке фасадов, архитектурное (в том числе ландшафтное) освещение, малые архитектурные формы, парклеты, примеры оригинального озеленения и цветочного оформления.

2 ЗАДАЧИ РАБОТЫ

- определение темы и места проектируемого объекта: группы киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины, с одной или обеих сторон ограниченного рядами зданий и сооружений, заборами, откосами, озелененными и промышленными территориями.

Площадка группы киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины, включая цветовые решения и решения по отделке фасадов, архитектурное (в том числе ландшафтное) освещение, малые архитектурные формы, парклеты, примеры оригинального озеленения и цветочного оформления как и город на генеральном плане, ее можно разделить на функциональные зоны.

Основных зон можно выделить 8:

- 1 Зона уличного фронта. Это здания торговых центров и магазинов и их территории, примыкающие к улице.
- 2 Пешеходная зона. Часть тротуара только для движения пешеходов: чем интенсивнее поток пешеходов, тем шире она должна быть.
- 3 Зона общественного обслуживания. Территория, на которой, если тротуар достаточно широкий, могут размещаться дополнительные места отдыха, парклеты, террасы кафе, киоски и торговые павильоны.
- 4 Зона озеленения. Это могут быть газоны, деревья, кустарники и линейное озеленение в мощении.
- 5 Техническая зона. Участок вдоль проезжей части, где следует размещать дорожные знаки, опоры элементов освещения, мачты связи и другие инженерно-технические конструкции.
- 6 Полосы движения автотранспорта.

- 7 Зона парковки. Располагается вдоль проезжей части или совмещается с зоной озеленения. Парковочные места могут располагаться параллельно, перпендикулярно или под углом к проезжей части (зависит от конфигурации улицы).

8 Велосипедная дорожка. Обособляется, располагается на проезжей части или совмещается с пешеходной зоной (зависит от ширины улицы, интенсивности)

- оформление результатов проектных разработок в виде отчетного альбома и презентации;

- защита альбома и презентации.

3 РАЙОН, ПУНКТ И ПЛОЩАДКА СТРОИТЕЛЬСТВА (студент выбирает самостоятельно) — предпочтительны реальные градостроительные условия.

4 СОСТАВ ИДЗ

Графическая часть ИДЗ оформляется на планшете (70x150см) в компьютерной графике и включает:

1 часть ИДЗ «Группа киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины» (предпроектные разработки в виде презентации с анализом данных транспортных и пешеходных потоков). В качестве обязательных материалов в ИДЗ должны быть:

- ситуационный план, кадастровая план-схема, описание местоположения площадки группы киосков в общих данных;

- фотофиксация территории и опорных зданий (развертка улиц, панорама);

- схема функционального зонирования территории, транспортная схема, тротуары; генеральный план;

общие данные;

2 часть ИДЗ «Группа киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины» (нижняя или центральная часть планшета):

- проектные материалы, отражающие уровень благоустройства, включая цветовые решения и решения по отделке фасадов, архитектурное (в том числе ландшафтное) освещение, малые архитектурные формы, элементы художественного и монументального оформления и т.п.;

1. Функциональное зонирование территории.

2. Генеральный план

3. Обозначение (выделение) проблемы и предложение по ее решению.

4. Общая аксонометрия группы киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины.

5. Освещение территории в вечернее время

- также облик площадки с киосками (павильонами) может быть дополнен проектными материалами объектов досуга и потребительского рынка (входные группы, витрины), примерами оригинального озеленения и цветочного оформления;

- повысить комфорт пешеходных перемещений, выбирая качественные материалы покрытия, делая пандусы или поднимая проезжую часть до уровня тротуара на пешеходных переходах и въездах на внутриквартальные территории,

организовывая четко выделенные пешеходные зоны.

- обустроить и выделить (разметкой или мощением) парковочные места, паклеты.

- выполнить единый гармоничный подход к размещению информационных конструкций на зданиях и сооружениях, отдельно стоящих рекламоносителей, самих элементов наружной рекламы и городской навигации;

3 часть ИДЗ «Группа киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины»:

- представить материалы визуальной идентификации - «городской (районный) бренд-бук» (эмблематика, логотип, шрифт, общая колористическая схема, графический образ и т.п.). Примеры реализации этих решений в городской среде и в сувенирной продукции.

- вычертить 2-3 объекта с монофункцией (киоск (павильон), парклет) (М 1: 100 (50)).

Презентация «Обоснование актуальности темы» дополняет графическую часть работы в рамках дисциплины «Рабочее проектирование объектов ДАС»: обоснование выбранной площадки под нестационарные объекты для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины, примеры парклетов, МАФов, уличной мебели и пр. архитектурных элементов благоустройства, озеленения.

Фотографии обогащают информацию и делают ее более понятной.

Титульный слайд должен содержать: координаты автора (вуз/институт/направление, профиль подготовки /группа), тему работы, ФИО (полностью) и учебный год.

2-й—*n*-й слайды содержат актуальность темы, цель и задачи исследования-проектирования, методы и результаты предпроектных исследований.

Предпоследний слайд — выводы.

Последний слайд — список использованных источников.

5 СТАДИИ И СРОКИ ВЫПОЛНЕНИЯ ИДЗ — в соответствии с Графиком курсового проектирования по дисциплине «Рабочее проектирование объектов ДАС».

Таблица 1 — График проектирования ИДЗ

Этапы	Содержание этапа	Сроки выполнения
Предпроектный анализ	Сбор и обработка информации по теме	1-я неделя
	Обоснование актуальности темы. Выбор места расположения объекта	1-я, 2-я недели
	Обоснование выбора площадки для группы киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины. Ситуационный план. Схема генерального плана с учетом функционального зонирования.	2-я, 3-я неделя
	Генеральный план	7-я, 8-я неделя
Технологическое решение	Характеристика функционального зонирования выбора площадки для группы киосков и прочих нестационарных	4-я, 5-я неделя

	объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины. Обозначение (выделение) проблем и предложение по их решению.	
Архитектурные решения	Разработка аксонометрии выбора площадки для группы киосков и прочих нестационарных объектов для продажи товаров российских производителей у входов в торговые центры и магазины. Освещение площадки в вечернее время. Композиционное моделирование. Чертежи киоска (павильона), парклета, МАФов. Компоновка проекций.	5-я — 6-я недели
	Оформление ИДЗ в виде планшета и презентации; защита проекта	7-я — 8-я недели

6 ДРУГИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИДЗ — соответствие действующим нормам проектирования.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

1 1 Компетенция ПК-1. способен участвовать в разработке и оформлении архитектурно-дизайнерского раздела проектной документации

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-1.1. Участвует в обосновании выбора архитектурно-дизайнерских решений объекта проектирования и строительства; участвует в разработке и оформлении проектной документации; проводит расчет технико-экономических показателей; использует средства автоматизации архитектурного и дизайнерского проектирования и компьютерного моделирования ПК-1.2. Применяет требования нормативных документов по архитектурно-дизайнерскому проектированию, включая условия проектирования безбарьерной среды и нормативы, обеспечивающие создание комфортной среды жизнедеятельности с учетом потребностей лиц с ОВЗ и маломобильных групп граждан; состав и правила подсчета технико-экономических показателей, учитываемых при проведении технико-экономических расчетов проектных решений; методы и приемы автоматизированного проектирования	Зачет, защита практической работы, тестовый контроль, собеседование, устный опрос Зачет, дифференцированный зачет при защите ИДЗ, защита практической работы, тестовый контроль, собеседование, устный опрос

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

5.2.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для зачета / экзамена

Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
7 семестр вопросы на зачет	
Тема №1. Введение в дисциплину «Маркетинговое сопровождение дизайн-проектов»	Элементы маркетинга дизайн-проект. Значимость маркетинга при создании дизайн-проекта, стартапа, бизнес-плана. Что продаем (потребности, выгоды, преимущества, психология покупки). Кому продаем (жители, общественность, инвесторы). Как продаем (стили и виды продаж, атмосфера продаж, цели и стратегии в продажах).
Тема №2. Рабочие понятия дисциплины.	Оценка потребностей потребителей и общества. Исследования желаемых атрибутов с помощью методики Канон. Исследование потребностей клиентов (активное слушание, вопросы, техника SPIN, формирование потребности)
Тема №3. Оценка маркетинговой/рыночной среды проекта.	Маркетинговые исследования внешней среды территории. Оценка конъюнктуры. Составление PEST-анализа. Оценка и формирование экономических, экологических и этических потребностей территории. Выявление рисков.
Тема №4. Оценка поведения потребителей дизайн-проекта.	Маркетинг отношений. Цветовая психология. Модель «черный ящик». Влияние архетипов на принятие решений. Восприятие и его роль в обработке информации потребителем. Интерпретация и ее виды: когнитивная, аффективная. Управление поведением потребителей при внедрении дизайн-проекта.
Тема №5. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений.	Методы исследования рынка. Методы определения структуры выборки. Методы анализа данных.
Тема №6. Методы создания новых идей проектов, жизненный цикл проекта, управление дизайн-проектом как продуктом.	Понятия новация, инновация, модернизация. Типы инноваций. Источники и методы генерирования идеи проекта. Дизайн-проект как продукт территориального маркетинга, его специфика. Жизненный цикл дизайн-проекта.
Тема №7. Конкурентный анализ проектов.	Муниципальный продукт как выражение конкурентоспособности города (территории). Оценка потребительской ценности дизайн-проекта. Конкурентоспособность различных проектов на основе расчета интегрального показателя. Методы анализа конкурентной среды проектов.
Тема №8. Коммуникативная политика.	Планирования рекламной кампании на предпроектной, проектной и послепроектной стадиях. Разработка PR – кампаний проекта. Цифровой маркетинг в продвижение проектов. Роль и место интернет-технологий в управлении инновациями. Позиционирование и продвижение территории на внешнем рынке на основе дизайн-проектирования. Презентация дизайн-проекта. Оценка различных средств коммуникаций с потребителем, общественностью, инвесторами.
Тема №9. Организация продаж дизайн проекта. Стратегическое развитие проекта. Техно-экономическая и маркетинговая оценка проекта	Этапы реализации маркетинга проекта. Организация прямых продаж дизайн-проекта, идеи, стартапа, бизнес плана. Эффективность дизайн-проекта (социальная, экономическая, экологическая). Оценка затрат, финансовой и потребительской ценности дизайн-проекта. Оценка рисков проекта.

8 семестр вопросы на экзамен	
1 Раздел	<p>1. Что такое «Технические изыскания», кем они предоставляются, и какую информацию они должны содержать?</p> <p>2. Какие основные документы и исходные материалы должен передать Заказчик Исполнителю, до начала выполнения проектных работ?</p> <p>3. Какие необходимые данные приводятся в Задании на проектирование?</p> <p>4. Какие специалисты участвуют в разработке рабочей документации в процессе проектирования объектов строительства?</p> <p>5. Что относится к исполнительной документации, ее отличие от проектной документации?</p> <p>6. Назовите основные требования, предъявляемые при проектировании объектов строительства.</p> <p>7. Как определяется высота здания в соответствии с нормативной документацией и в составе градостроительных регламентов?</p> <p>8. Кто является генпроектировщиком и генподрядчиком. Их основные функции?</p> <p>9. Основные виды строительства, для которых требуется выполнение проектных работ?</p>
2 Раздел	<p>10. Основные стадии и организация процесса архитектурно-дизайнерского проектирования</p> <p>11. Основы предпроектного анализа в дизайне.</p> <p>12. Объект архитектурно-дизайнерской композиции и особенности его анализа.</p> <p>13. Методы поиска проектного решения.</p> <p>14. Сценарный подход в архитектурно-дизайнерском проектировании: дизайн-концепция, дизайн-программа, дизайн-сценарий.</p> <p>15. Порядок и стадии выполнения проектных работ в архитектурно-дизайнерском проектировании.</p> <p>16. Методика архитектурного проектирования: задание на проектирование, стадии проектирования.</p> <p>17. Содержание процесса разработки проектного решения в архитектурно-дизайнерском проектировании</p> <p>18. Нормирование в архитектурно-ландшафтном проектировании: виды нормативной документации</p> <p>19. Взаимосвязь социальных процессов и архитектурной среды, механизм учета социальных факторов в архитектурно-дизайнерском проектировании.</p>
3 Раздел	<p>20. Методика предпроектного анализа в архитектурно-дизайнерском проектировании.</p> <p>21. Колористика предметно-пространственной среды.</p> <p>22. Дать пример интерьерного решения ландшафтного комплекса.</p> <p>23. Технологическое оборудование интерьера. Сменное, временное и трансформирующееся оборудование.</p> <p>24. Информационные системы в современном интерьере. Визуальные коммуникации и их основные формы.</p>
4 Раздел	<p>Какие основные чертежи входят в комплект марки АР?</p> <p>Что такое «Основная надпись», и какую информацию она включает?</p> <p>Основные виды перемычек применяемых при перекрытии проемов. Какой документ учитывает применяемые перемычки для проектируемого объекта?</p>

	<p>Назовите линии, которые обозначают существующие, планируемые, изменяемые, вновь образуемые границы территорий общего пользования, границы земельных участков, на которых находятся линии электропередач, линии связи? Что такое АРХИТЕКТУРНЫЙ ПРОЕКТ?</p>
5 Раздел	<p>Чем отличается проектная документация от рабочей документации? Какой документ регулирует состав и разделы проектной документации и требования к их содержанию? Назовите основные разделы. Что такое ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ПЛАН земельного участка, какую информацию он в себя включает? Основной состав графической части в разделе «Схема планировочной организации участка»? К какому разделу проектной документации, в графической части относятся: - поэтажные планы зданий и сооружений с указанием размеров и экспликаций помещений; - чертежи характерных разрезов зданий и сооружений с изображением несущих и ограждающих конструкций и т.п. И какой специалист их выполняет? Какие подразделы входят в раздел «Сведения об инженерном оборудовании, о сетях инженерно-технического обеспечения, перечень инженерно-технических мероприятий, содержание технологических решений», в рамках 87 Постановления Правительства РФ. Перечислите их.</p>
6 Раздел	<p>Что такое ландшафтный дизайн открытых пространств города? Приведите сведения о новых технологиях цветоцветовой организации городских ансамблей. Каковы технические средства освещения архитектурно-градостроительных комплексов? Дать их характеристику и режимы эксплуатации. Перечислить и дать характеристику элементам и системам городского благоустройства. Типология визуальных коммуникаций и информационных систем в городе. Необходимое для них оборудование. Дать понятие «типология», «номенклатура», на примере жилого интерьера. Назвать состав и структура оборудования рабочего места. Каковы специфические особенности и потребительские требования к элементам и системам благоустройства городской среды. В чём особенности эксплуатации фрагментов природного и искусственного ландшафтов в городской среде.</p>

5.3. Типовые контрольные задания (материалы) для текущего контроля в семестре

Текущий контроль в 7 семестре проводится в форме устного опроса, решения задач, тестового контроля.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце 7 семестра после завершения изучения дисциплины в форме зачета.

Устный опрос проводится по типовым вопросам, раскрываемым в соответствующих разделах дисциплины.

1. Элементы маркетинга дизайн-проект.
2. Оценка потребностей потребителей и общества.
3. Исследования желаемых атрибутов с помощью методики Кано.
4. Исследование потребностей клиентов (активное слушание, вопросы, техника SPIN, формирование потребности)
5. Маркетинговые исследования внешней среды территории.
6. Оценка и формирование экономических, экологических и этических потребностей территории.
7. Маркетинг отношений. Цветовая психология. Модель «черный ящик».
8. Влияние архетипов на принятие решений.
9. Восприятие и его роль в обработке информации потребителем.
Интерпретация и ее виды: когнитивная, аффективная.
10. Управление поведением потребителей при внедрении дизайн-проекта.
11. Методы исследования рынка.
12. Понятия новация, инновация, модернизация. Типы инноваций.
13. Источники и методы генерирования идеи проекта.
14. Дизайн-проект как продукт территориального маркетинга, его специфика.
15. Жизненный цикл дизайн-проекта.
16. Муниципальный продукт как выражение конкурентоспособности города (территории). Оценка потребительской ценности дизайн-проекта.
17. Конкурентоспособность различных проектов на основе расчета интегрального показателя. Методы анализа конкурентной среды проектов.
18. Планирования рекламной кампании на предпроектной, проектной и послепроектной стадиях.
19. Роль и место интернет-технологий в управлении инновациями.
20. Позиционирование и продвижение территории на внешнем рынке на основе дизайн-проектирования.
21. Презентация дизайн-проекта.
22. Оценка различных средств коммуникаций с потребителем, общественностью, инвесторами.
23. Этапы реализации маркетинга проекта.
24. Организация прямых продаж дизайн-проекта, идеи, стартапа, бизнес плана.
25. Эффективность дизайн-проекта (социальная, экономическая, экологическая).
26. Оценка затрат, финансовой и потребительской ценности дизайн-проекта.
Оценка рисков проекта

Примеры практических задач

Задание 1. В таблице ниже, представлены образы некоторых брендов через призму архетипов.

Таблица

Характеристика брендов сока

Бренд	Слоган	Ведущий архетип	Вспомогательный архетип
-------	--------	-----------------	-------------------------

Фруктовый сад (old)	Фруктовый праздник!	Ребенок	
Фруктовый сад (new)	Счастье – это просто!	Славный малый	Ребенок
Любимый сад (new)	Потому что Любимый!	Ребенок	Любовник
Моя семья (сок)	Все, что нужно моей семье	Славный малый	
Добрый	С добрыми пожеланиями	Славный малый	
J7 (old)	Последний герой	Искатель	Герой
J7 (new)	Живи, играй	Ребенок	
Сок "Я"	Где наслаждение – там Я!	Хранитель	Любовник
Nestea	Освежает чувства	Любовник	Хранитель
Rich	Ценно то, что повторить невозможно	Правитель	Хранитель

Необходимо: 1) дополнить таблицы информацией по другим существующим на данный момент брендам или обновить данные по представленным в таблице маркам; 2) учитывая то, что по-прежнему существуют свободные для позиционирования ниши, разработать названия марок и слоганы с неиспользуемыми архетипами.

Найдите мифологические (сказочные) сюжеты и архетипы в современной рекламе и попробуйте объяснить цель их использования.

Задание 2. Необходимо оценить товары на основе моделей потребительского выбора, сравнить получившиеся оценки и проанализировать их. Этапы выполнения задания:

1. Сформировать список атрибутов.
2. Оценить значимость (вес) атрибутов для выбранного типа товаров.
3. Оформить заготовки бланков таблиц, соответствующих различным моделям потребительского выбора.
4. Оценить присутствие (реализованность) атрибутов в представленных товарных образцах.
5. Провести формальный анализ покупательских предпочтений на основе выбранных моделей (возможна корректировка исходных списков атрибутов по результатам анализа).
6. Оценить какой из вариантов моделей потребительского выбора наиболее полно отражает реальное поведение покупателя рассматриваемой группы товаров. Обосновать такую оценку.
7. Оформить отчет.

Задание 3. Построение карт восприятия.

Провести опрос и построить карты восприятия, используя прямой и опосредованный метод, для нескольких брендов на определенном рынке. Сделать выводы.

Задание 4. Потребители выделяют для некоего товара следующие значимые атрибуты: дизайн, простота использования, мощность, безопасность. На рынке присутствуют несколько марок данного товара: *A, B, C, D*. Оценка выраженности атрибутов в каждой марке, а также значимость (вес) атрибутов приведены в

таблице.

Атрибут	Оценка атрибута для марки, балл				Вес атрибута, балл
	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	
Дизайн	4	4	2	3	10
Простота использования	3	3	2	3	20
Мощность	2	3	3	2	40
Безопасность	1	2	4	3	30

Рассчитайте меры воспринимаемой ценности (МВЦ) марок *A*, *B*, *C* и *D* и ранжируйте марки в порядке убывания их ценности для потребителя.

Типовой вариант теста

1. Какой метод анализа маркетинговой информации используется, когда рассматриваемая проблема разлагается на структурные компоненты и путем различных комбинаций альтернативных решений компонент вырабатывается возможное решение проблемы:

- а) Дельфи-метод;
- б) метод «мозгового штурма»;
- в) морфологический метод.

2. Какие характеристики не относятся к уровням маркетинга отношений:

- а) реактивный;
- б) партнерский;
- в) базовый;
- г) функциональный;
- д) ответственный.

3. «Черный ящик» является одним из основных элементов:

- а) модели покупательского поведения;
- б) процесса сегментации рынка;
- в) маркетинга отношений;
- г) процесса дифференциации;
- д) позиционирования товара.

4. Согласно теории мотивации З.Фрейда:

- а) в основе выбора тех или иных товаров нет глубинных мотивов;
- б) человек всегда понимает мотивацию своих поступков;
- в) побуждения людей не поддаются полному контролю;
- г) в большинстве случаев люди осознают реальные психологические силы, которые формируют их поведение.

5. Выберите правильный вариант сопоставления факторов, влияющих на покупательское поведение, с конкретными примерами:

Факторы		Примеры	
1	Культурные	А	Мотивация
2	Социальные	Б	Традиции
3	Личностные	В	Роли и статусы
4	Психологические	Г	Род занятий

- а) 1-В, 2-Г, 3-Б, 4-А;
- б) 1-Б, 2-В, 3-Г, 4-А;
- в) 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г;
- г) 1-А, 2-Г, 3-В, 4-Б.

6. Тип покупательского поведения при принятии решения о покупке в ситуации, когда при высокой степени вовлечения покупатель имеет негативную мотивацию:

- а) эмоциональное поведение;

- б) поведение, диктуемое пристрастием;
- в) рутинное поведение;
- г) сложное поведение.

7. Разделение потребительского рынка на различные группы на основе интенсивности потребления и степени приверженности к товару (марке) относится к сегментированию:

- а) по географическим факторам;
- б) демографическим факторам;
- в) психографическим факторам;
- г) поведенческим факторам.

8. Выявить сильные и слабые стороны организации, возможности и угрозы со стороны рынка позволяет:

- а) SWOT-анализ;
- б) анализ STEEP-факторов;
- в) аудит основных операций;
- г) правильного ответа нет.

9. Каналы коммуникации, распространяющие сообщения в условиях отсутствия личного контакта или обратной связи:

- а) молва и слухи;
- б) независимые эксперты;
- в) средства массовой информации;
- г) церемонии торжественных открытий;
- д) личная коммуникация.

10. Выберите традиционную последовательность эффектов, возникающих при воздействии маркетинговых коммуникаций на целевую аудиторию:

- а) экономический, аффективный, поведенческий, когнитивный;
- б) когнитивный, аффективный, поведенческий, экономический;
- в) поведенческий, когнитивный, аффективный, экономический;
- г) аффективный, когнитивный, экономический, поведенческий;
- д) когнитивный, экономический, аффективный, поведенческий.

11. Какие функции выполняют маркетинговые коммуникации:

- а) поведенческую, познавательную;
- б) контролирующую, организационную, координирующую;
- в) исследовательскую, ценообразующую;
- г) экономическую, социальную, воспитательную, культурную.

12. Реклама, задачами которой являются разъяснение принципов действия товара, убеждение совершить покупку, называется:

- а) напоминающей;
- б) увещательной;
- в) информативной;
- г) стимулирующей.

13. Достоинством связей с общественностью, как средства продвижения, является:

- а) высокая степень правдоподобия сообщения;
- б) немедленная реакция потребителя;
- в) диалог между коммуникатором и потребителем;
- г) предоставление потребителю возможности сэкономить.

14. Пресс-релизы, брифинги, пресс-конференции используются в целях:

- а) рекламы;
- б) паблик рилейшнз;
- в) стимулирования сбыта;
- г) персональных продаж.

15. Степень, в которой рыночный сегмент может быть охвачен и обслужен – это ...сегмента:

- а) валидность;

- б) значимость;
- в) доступность;
- г) измеримость.

16. Выберите правильный вариант сопоставления принципов сегментирования и конкретных сегментов:

Принцип сегментирования		Сегмент	
1	Географический	А	Состоятельные клиенты во всем мире
2	Экономический	Б	Страны Европы
3	Культурный	В	Носители испанского языка
4	Политико-правовой	Г	Регионы с низкими таможенными пошлинами

- а) 1-А, 2-В, 3-Г, 4-Б;
- б) 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г;
- в) 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г;
- г) 1-Г, 2-В, 3-А, 4-Б.

17. Целевой сегмент рынка – это сегмент:

- а) соответствующий возможностям организации и особенностям развития рынка;
- б) с наибольшей массой прибыли;
- в) имеющий не доступные для других каналы сбыта;
- г) с наибольшими размерами и темпами роста;
- д) со всеми вышеперечисленными характеристиками.

18. Любой словесный, звуковой, объемный, изобразительный элемент марки, обладающий юридической (правовой) защитой, - это:

- а) товарный знак;
- б) бренд;
- в) товарная марка.

19. Процесс коммуникационного воздействия на потребителей с целью их информирования и побуждения к покупке, осуществляемый предприятием для содействия физическому перемещению товара, - это:

- а) товародвижение;
- б) продвижение;
- в) распределение.

20. Какой из инструментов PR предполагает непродолжительное собрание журналистов и представителей организации для информирования СМИ о внедрении проекта:

- а) пресс-релиз (или ньюз-релиз);
- б) брифинг;
- в) именные-статьи;
- г) кейс-истории.

21. Какой инструмент PR представляет собой краткое новостное сообщение:

- а) пресс-релиз (или ньюз-релиз);
- б) брифинг;
- в) именные-статьи;
- г) кейс-истории.

В конце 8-го семестра обучения дисциплины в форме экзамена.

Экзамен включает теоретическую часть (билеты). Для ответа на вопросы экзаменационных билетов отводится время в пределах 60 минут. После ответа на теоретические вопросы, преподаватель может задать дополнительные вопросы.

Типовой вариант экзаменационного билета

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г. ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

Кафедра дизайн архитектурной среды

Дисциплина Рабочее проектирование объектов дизайна архитектурной среды

Направление 07.03.03 Дизайн архитектурной среды

Профиль Проектирование городской среды

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

- 1 Какие необходимые данные приводятся в Задании на проектирование?
- 2 Функция, конструкция, материал, технология в формообразовании оборудования.
- 3 Основные классы и виды нормативной документации.

Утверждено на заседании кафедры _____, протокол № _____
(дата)

Заведующий кафедрой _____ / С.В. Тикунова

Вопросы к экзамену по семестру 8

Контрольные вопросы для экзамена:

1. Что такое «Технические изыскания», кем они предоставляются, и какую информацию они должны содержать?
2. Какие основные документы и исходные материалы должен передать Заказчик Исполнителю, до начала выполнения проектных работ?
3. Какие необходимые данные приводятся в Задании на проектирование?
4. Какие специалисты участвуют в разработке рабочей документации в процессе проектирования объектов строительства?
5. Что относится к исполнительной документации, ее отличие от проектной документации?
6. Назовите основные требования, предъявляемые при проектировании объектов строительства.
7. Как определяется высота здания в соответствие с нормативной документацией и в составе градостроительных регламентов?
8. Кто является генпроектировщиком и генподрядчиком. Их основные функции?
9. Основные виды строительства, для которых требуется выполнение проектных работ?
10. Основные отличия капитального здания и сооружения от временного сооружения?
11. Какие типы зданий можно выделить по их высотным параметрам?
12. Какие этажи относятся к мансардным и чердачным?
13. Какие этажи относятся к подземным и подвальным? В чем их различие?
14. Какой этаж считается цокольным?
15. Что такое атриум? Основные требования при их проектировании.
16. Основные технико-экономические показатели для жилых зданий.
17. Основные классы и виды нормативной документации.

18. Назовите основные Федеральные нормативные акты в строительной области.
19. Основные требования нормативной документации в процессе рабочего проектирования.
20. Что такое «Авторский надзор»? Его основные функции.
21. Что включает в себя полный комплект рабочей документации?
22. Что включает в себя основной комплект рабочей документации?
23. Что включает в себя чертеж (чертежи) «Общие данные»?
24. Основные виды поэтажных планов.
25. Какие ведомости и спецификации прилагаются к поэтажным планам в рабочем проектировании?
26. Какая информация содержится в экспликации полов и кровли? К каким чертежам она прилагается?
27. Как называется комплект рабочей документации по отдельным видам строительных работ?
28. Какие основные чертежи входят в комплект марки АР?
29. Что такое «Основная надпись», и какую информацию она включает?
30. Основные виды перемычек применяемых при перекрытии проемов. Какой документ учитывает применяемые перемычки для проектируемого объекта?
31. Назовите линии, которые обозначают существующие, планируемые, изменяемые, вновь образуемые границы территорий общего пользования, границы земельных участков, на которых находятся линии электропередач, линии связи?
32. Что такое АРХИТЕКТУРНЫЙ ПРОЕКТ?
33. Какой документ называет разделы проектной документации объектов капитального строительства, назовите эти разделы?
34. Чем отличается проектная документация от рабочей документации?
35. Какой документ регулирует состав и разделы проектной документации и требования к их содержанию? Назовите основные разделы.
36. Что такое ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ПЛАН земельного участка, какую информацию он в себя включает?
37. Основной состав графической части в разделе «Схема планировочной организации участка»?
38. К какому разделу проектной документации, в графической части относятся:
 - поэтажные планы зданий и сооружений с указанием размеров и экспликаций помещений;
 - чертежи характерных разрезов зданий и сооружений с изображением несущих и ограждающих конструкций и т.п.И какой специалист их выполняет?
39. Какие подразделы входят в раздел «Сведения об инженерном оборудовании, о сетях инженерно-технического обеспечения, перечень инженерно-технических мероприятий, содержание технологических решений», в рамках 87 Постановления Правительства РФ. Перечислите их.
40. Функциональное зонирование территорий города. Какой документ определяет?
41. На территорию распространяются ограничения ЗРЗ (зона регулирования застройки) и функционального зонирования, какие являются приоритетными?
42. Какой раздел документации является предметом государственной экспертизы,

а также основанием выдачи разрешения на строительство?

43. Текстовый проектный документ, определяющий состав оборудования, изделий и материалов, предназначенный для комплектования, подготовки и осуществления строительства?

44. Документы, являющиеся основанием для выдачи архитектурно-планировочного задания?

45. Состав раздела проектной документации: «Архитектурные решения».

46. Что такое СЗЗ, в каком разделе проектной документации рассматриваются. Назовите самые распространенные.

47. Какие графические материалы разрабатывает архитектор для раздела 9 «Мероприятия по пожарной безопасности»

48. Какие противопожарные мероприятия учитываются архитектором при разработке генерального плана объекта капитального строительства.

49. Функционально-пространственное зонирование города.

50. Композиционно-градостроительный анализ городской среды.

51. Генеральный план города. Проекты детальной планировки, проекты застройки.

52. Композиционный анализ среды.

53. Экологические требования к основным параметрам окружающей среды.

54. Основные стадии и организация процесса архитектурно-дизайнерского проектирования

55. Основы предпроектного анализа в дизайне.

56. Объект архитектурно-дизайнерской композиции и особенности его анализа.

57. Методы поиска проектного решения.

58. Сценарный подход в архитектурно-дизайнерском проектировании: дизайн-концепция, дизайн-программа, дизайн-сценарий.

59. Порядок и стадии выполнения проектных работ в архитектурно-дизайнерском проектировании.

60. Методика архитектурного проектирования: задание на проектирование, стадии проектирования.

61. Содержание процесса разработки проектного решения в архитектурно-дизайнерском проектировании

62. Нормирование в архитектурно-ландшафтном проектировании: виды нормативной документации

63. Взаимосвязь социальных процессов и архитектурной среды, механизм учета социальных факторов в архитектурно-дизайнерском проектировании.

64. Классификация общественных пространств.

65. Архитектурно-дизайнерские задачи при проектировании городов, жилых и общественных комплексов.

66. Какова специфика архитектурно-дизайнерского проектирования средовых объектов.

67. Анализ рассматриваемых городских пространств.

68. Аспекты композиционного анализа природного ландшафта.

69. Методика предпроектного анализа в архитектурно-дизайнерском проектировании.

70. Колористика предметно-пространственной среды.

71. Дать пример интерьерного решения ландшафтного комплекса.

72. Технологическое оборудование интерьера. Сменное, временное и трансформирующееся оборудование.
73. Информационные системы в современном интерьере. Визуальные коммуникации и их основные формы.
74. Виды оборудования для ландшафтной зоны в интерьере и открытых пространств города.
75. Оборудование цветоцветовой организации архитектурно-градостроительных комплексов.
76. Типология элементов и систем городского благоустройства.
77. Новые технологии формирования современного интерьера.
78. Виды оборудования для обустройства природных компонентов открытых городских пространств.
79. Каковы основные виды информационных систем, участвующих в формировании современного интерьера?
80. Что такое ландшафтный дизайн в интерьере? Каковы основные виды оборудования для обустройства природных компонентов в интерьере?
81. Что такое ландшафтный дизайн открытых пространств города?
82. Приведите сведения о новых технологиях цветоцветовой организации городских ансамблей. Каковы технические средства освещения архитектурно-градостроительных комплексов? Дать их характеристику и режимы эксплуатации.
83. Перечислить и дать характеристику элементам и системам городского благоустройства.
84. Типология визуальных коммуникаций и информационных систем в городе. Необходимое для них оборудование.
85. Дать понятие «типология», «номенклатура», на примере жилого интерьера.
86. Назвать состав и структура оборудования рабочего места.
87. Каковы специфические особенности и потребительские требования к элементам и системам благоустройства городской среды?
88. В чём особенности эксплуатации фрагментов природного и искусственного ландшафтов в городской среде?

5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в 7 семестре в форме зачета используется следующая шкала оценивания: зачтено, не зачтено.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
ПК-1. способен участвовать в разработке и оформлении архитектурно-дизайнерского раздела проектной документации	ПК-1.1. Участвует в обосновании выбора архитектурно- дизайнерских решений объекта проектирования и строительства; участвует в разработке и оформлении проектной

документации; проводит расчет технико-экономических показателей; использует средства автоматизации архитектурного и дизайнерского проектирования и компьютерного моделирования	
Знания	Знание основных технико-экономических и маркетинговых показателей эффективности дизайн-проекта. Знание методов исследований рынка и потребителей. Методов организации продаж дизайн-проекта.
	Объем освоенного материала.
	Полнота ответов на вопросы.
Умения	Генерировать проектную идею и последовательно развивать ее в проектировании. Разрабатывать проектные решения во взаимодействии со смежниками. Понимать потребности целевого рынка. Проводить исследования целевой аудитории. Разрабатывать PR – кампанию дизайн-проекта. Проводить расчет технико-экономических и маркетинговых показателей проекта.
	Самостоятельность выполнения задания.
Навыки	Навыки формирования экономических, экологических и этических потребностей территории. Навыки генерирования идей, оценки потребительской ценности дизайн-проекта. Навыками планирования рекламной кампании на предпроектной, проектной и послепроектной стадиях.

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	не зачтено	зачтено
Знание основных	Не знает основные технико-экономические и маркетинговые показатели эффективности дизайн-проекта. Не знает методы исследований рынка и потребителей, Методы организации продаж дизайн-проекта.	Знает основные технико-экономические и маркетинговые показатели эффективности дизайн-проекта. Знает методы исследований рынка и потребителей, Методы организации продаж дизайн-проекта.
Полнота ответов на вопросы	Дает неправильные ответы на поставленные вопросы	Дает полный, развёрнутый ответ на поставленные вопросы
Объём освоенного материала	Не знает значительной части материала дисциплины	Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	не зачтено	зачтено
Генерировать проектную идею и последовательно развивать ее в проектировании. Разрабатывать проектные решения во взаимодействии со смежниками. Понимать потребности целевого рынка. Проводить исследования целевой	Не умеет генерировать проектную идею, разрабатывать проектные решения, понимать потребности рынка, проводить исследования целевой аудитории, разрабатывать рекламные и PR-акции, проводить технико-экономический и маркетинговый анализ дизайн-проекта.	Умеет генерировать проектную идею, разрабатывать проектные решения, понимать потребности рынка, проводить исследования целевой аудитории, разрабатывать рекламные и PR-акции, проводить технико-экономический и маркетинговый анализ дизайн-проекта.

аудитории. Разрабатывать PR – кампанию дизайн-проекта. Проводить расчет технико-экономических и маркетинговых показателей проекта.		
Самостоятельность выполнения задания.	Не умеет самостоятельно выполнить задание	Умеет правильно самостоятельно выполнить задание

Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	не зачтено	зачтено
Навыки формирования экономических, экологических и этических потребностей территории. Навыки генерирования идей, оценки потребительской ценности дизайн-проекта. Навыками планирования рекламной кампании на предпроектной, проектной и послепроектной стадиях.	Не владеет навыками экономических, экологических и этических потребностей территории, навыками генерирования идей, оценки потребительской ценности дизайн-проекта, навыками планирования рекламной кампании на предпроектной, проектной и послепроектной стадиях.	Владеет навыками экономических, экологических и этических потребностей территории, навыками генерирования идей, оценки потребительской ценности дизайн-проекта, навыками планирования рекламной кампании на предпроектной, проектной и послепроектной стадиях.
Обоснование полученных результатов.	Не умеет обосновывать поученные результаты	Умеет обосновывать поученные результаты

При промежуточной аттестации в 8 семестре в форме экзамена используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично⁶.

Оценка	Критерии оценивания
5	Студент полностью и правильно ответил на теоретические вопросы билета. Студент владеет теоретическим материалом, отсутствуют ошибки при описании теории, формулирует собственные, самостоятельные, обоснованные, аргументированные суждения. Студент правильно выполнил практическое задание билета. Ответил на все дополнительные вопросы.
4	Студент ответил на теоретический вопрос билета с небольшими неточностями. Студент владеет теоретическим материалом, отсутствуют ошибки при описании теории. Студент выполнил практическое задание билета с небольшими неточностями, сформулировал достаточные выводы. Ответил на большинство дополнительных вопросов.
3	Студент ответил на теоретический вопрос билета с существенными неточностями. Студент владеет теоретическим материалом, присутствуют незначительные ошибки при описании теории. Студент выполнил практическое задание билета с существенными неточностями. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей.
2	При ответе на теоретический вопрос билета студент продемонстрировал недостаточный уровень знаний. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

⁶ В ходе текущей аттестации могут быть использованы балльно-рейтинговые шкалы.

Показатель оценивания	Критерий оценивания
Знания	Знание терминов, определений, понятий
	Знание основных закономерностей, соотношений, принципов
	Объем освоенного материала
	Полнота ответов на вопросы
	Четкость изложения и интерпретации знаний
	Знание источников информации
	Знание различных факторов, влияющие на архитектурно-дизайнерское решение;
	Знание композиции, закономерности визуального восприятия;
Умения	Полнота выполненного задания
	Качество выполненного задания
	Самостоятельность выполнения задания
	Умение сравнивать, сопоставлять и обобщать и делать выводы
	Умение соотнести полученный результат с поставленной целью
	Качество оформления задания
	Правильность применения теоретического материала
	Способен интегрировать разнообразные формы знания и навыки при разработке проектных решений
	Умение оценить пространственное решение, методами моделирования и гармонизации искусственной среды обитания при разработке проектов;
	Навыки
Анализ результатов выполненных заданий	
Анализ результатов решения задач	
Обоснование полученных результатов	
Обладает развитым художественным вкусом	
Мыслит творчески, инициирует новаторские решения	
Способен интегрировать разнообразные формы знания и навыки при разработке проектных решений	

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Знание терминов, определений, понятий	Не знает терминов и определений	Знает термины и определения, но допускает неточности формулировок	Знает термины и определения	Знает термины и определения, может корректно сформулировать их самостоятельно
Знание основных закономерностей, соотношений, принципов	Не знает основные закономерности и соотношения, принципы построения знаний	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, их интерпретирует и использует	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, может самостоятельно их получить и использовать
Объем освоенного материала	Не знает значительной части	Знает только основной материал	Знает материал дисциплины в	Обладает твердым и полным знанием

	материала дисциплины	дисциплины, не усвоил его деталей	достаточном объеме	материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов на вопросы	Не дает ответы на большинство вопросов	Дает неполные ответы на все вопросы	Дает ответы на вопросы, но не все - полные	Дает полные, развернутые ответы на поставленные вопросы
Четкость изложения и интерпретации знаний	Излагает знания без логической последовательности	Излагает знания с нарушениями в логической последовательности	Излагает знания без нарушений в логической последовательности	Излагает знания в логической последовательности, самостоятельно их интерпретируя и анализируя
	Не иллюстрирует изложение поясняющими схемами, рисунками и примерами	Выполняет поясняющие схемы и рисунки небрежно и с ошибками	Выполняет поясняющие рисунки и схемы корректно и понятно	Выполняет поясняющие рисунки и схемы точно и аккуратно, раскрывая полноту усвоенных знаний
	Неверно излагает и интерпретирует знания	Допускает неточности в изложении и интерпретации знаний	Грамотно и по существу излагает знания	Грамотно и точно излагает знания, делает самостоятельные выводы

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, практических занятий.	Специализированная мебель. Ноутбук, мультимедийный проектор, переносной экран, звуковое оборудование, наглядные пособия, учебно-информационные стенды.
2	Учебная аудитория архитектурного проектирования для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования	Специализированная мебель. Ноутбук, мультимедийный проектор, переносной экран, звуковое оборудование, наглядные пособия, учебно-информационные стенды.
3	Учебная аудитория архитектурного проектирования для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования	Специализированная мебель. Ноутбук, мультимедийный проектор, переносной экран, звуковое оборудование, наглядные пособия, учебно-информационные стенды.
4	Зал электронных ресурсов, здание библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» и имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду.
5	Читальный зал учебной литературы, здание библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» и имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду.

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2	Microsoft Office Professional Plus 2016	СоглашениеMicrosoftOpenValueSubscriptionV6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
3	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) KasperskyEndpointSecurity от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2023г.
4	GoogleChrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5	MozillaFirefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
6	nanoCAD	Соглашение №НР-22/220-ВУЗ от 17.02.2022г. Лицензия бессрочная

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

Перечень основной литературы

1. *Тикунова, С.В.* Комплексное проектирование оборудования и ландшафтная организация городских пространств. В 2 ч. Ч. I. Композиционные основы проектирования архитектурно-ландшафтных пространств города, типология современных ландшафтных объектов, методика, оборудование и основные нормы проектирования: учебное пособие / С.В. Тикунова, В.В. Бахарев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2022. – 351 с.

Тикунова, С.В. Комплексное проектирование оборудования и ландшафтная организация городских пространств. В 2 ч. Ч. II. Ландшафтная организация и средства достижения индивидуальности городских архитектурно-ландшафтных пространств: учебное пособие / С.В. Тикунова, В.В. Бахарев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2022. – 351 с.

2. *Тикунова, С.В.* Графический Дизайн. Основы теории: учебное пособие / С.В. Тикунова, В.В. Бахарев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2023. – 251 с.

3. *Тикунова, С.В.* Архитектурно-дизайнерское проектирование городской среды. В 2 ч. Ч. I. Архитектурно-дизайнерское проектирование городской среды: учебное пособие / С.В. Тикунова, В.В. Бахарев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2023. – 234 с.

Тикунова, С.В. Архитектурно-дизайнерское проектирование городской среды. В 2 ч. Ч. II. Архитектурно-дизайнерское проектирование городской среды: учебное пособие / С.В. Тикунова, В.В. Бахарев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2023. – 275 с.

4. *Тикунова, С.В.* Комплексное проектирование в ландшафтном дизайне: учебное пособие / С.В. Тикунова, В.В. Бахарев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2023. – 103 с.

5. *Тикунова, С.В.* Архитектурно-ландшафтное проектирование эксплуатируемой кровли: учебное пособие / С.В. Тикунова, В.В. Бахарев. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2023. – 79 с.

6. *Тикунова, С.В.* Культура. Искусство. Архитектурно-дизайнерское творчество: учебное пособие / С.В. Тикунова, Г.Н. Калинина. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2023. – 131 с.

7. Старикова М.С. Маркетинг : учебное пособие / Старикова М.С., Пономарева Т.Н., Дадалова М.В.. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2019. — 322 с. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106216.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
(<https://elib.bstu.ru/Reader/Book/2019111815505503500000656274>)

Перечень дополнительной литературы

1. Халдина Е.Ф. Дизайн интерьера: учебное пособие для СПО / Халдина Е.Ф., Зудерман М.Р. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 93 с. — ISBN 978-5-4497-1351-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/110545.html>

2. Митина Н. Дизайн интерьера / Митина Н. — Москва: Альпина Паблицер, 2020. — 302 с. — ISBN 978-5-9614-5559-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93036.html>

3. Тарасова О.П. Организация проектной деятельности дизайнера [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Тарасова О.П., Халиуллина О.Р. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017.— 165 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78932.html>. — ЭБС «IPRbooks»

4. Пигулевский В.О. Дизайн визуальных коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пигулевский В.О., Стефаненко А.Ф.— Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018.— 303 с.—Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html>.— ЭБС «IPRbooks»

5. Соловьева А.В. Основы дизайна архитектурной среды [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Соловьева А.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018.— 88 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72460.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6. Смолицкая, Т.А. Городской культурный ландшафт. Традиции и современные тенденции развития / Т.А. Смолицкая, Т.О. Король, Е.И. Голубева; под ред. Т.А. Смолицкой. – Изд. стер. – М.: URSS; Либроком, 2016.– 255с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:807565&theme=FEFU>

7. Лобанов Е.Ю. Типология форм архитектурной среды: учебное пособие / Лобанов Е.Ю. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 82 с. — ISBN 978-5-4486-0126-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART

- : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/72470.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
8. Алексунин В.А. Маркетинг : учебник / Алексунин В.А.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 200 с. — ISBN 978-5-394-03163-2. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86724.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
9. Власов В.Б. Основы маркетинга : учебное пособие / Власов В.Б., Нерозина С.Ю.. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-7731-0918-1. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111482.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
10. Давар Нирадж Идеальный маркетинг: О чем забыли 98% маркетологов / Давар Нирадж. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 215 с. — ISBN 978-5-9614-5035-4. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82958.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
11. Евдокимов О.Г. Основы маркетинга : учебное пособие / Евдокимов О.Г., Смирнова Ж.В.. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 236 с. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115863.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
12. Косова Л.Н. Маркетинг : практикум / Косова Л.Н., Косова Ю.А.. — Москва : Российский государственный университет правосудия, 2021. — 97 с. — ISBN 978-5-93916-957-8. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117244.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
13. Романов А.А. Маркетинг / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.. — Москва : Дашков и К, 2020. — 440 с. — ISBN 978-5-394-03542-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111041.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
14. Шевченко Д.А. Основы современного маркетинга : учебник / Шевченко Д.А.. — Москва : Дашков и К, 2021. — 614 с. — ISBN 978-5-394-03977-5. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107812.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
15. Шив Ч.Д. Курс MBA по маркетингу / Шив Ч.Д., Хайэм А.У.. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 720 с. — ISBN 978-5-9614-1603-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86900.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система издательства «Лань»: [сайт]. URL: <https://e.lanbook.com/>

2. Электронно-библиотечная система IPRbooks: [сайт]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE»: [сайт]. URL: <https://biblioclub.ru/>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: [сайт]. URL: <https://www.elibrary.ru/>
5. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки: [сайт]. URL: <https://diss.rsl.ru/>
6. База данных Scopus: [сайт]. URL: <https://www.scopus.com/>
7. База данных Web of Science: [сайт]. URL: www.webofscience.com
8. Электронная библиотека (на базе ЭБС «БиблиоТех»). БГТУ им. В.Г. Шухова: [сайт]. URL: <https://biblioclub.ru/>
9. Справочно-поисковая система «Консультант –плюс»: [сайт]. URL: <http://www.consultant.ru/>
10. Справочно-поисковая система «NormaCS»: [сайт]. URL: <https://www.normacs.ru/>
11. Справочно-поисковая система «СтройКонсультант»: [сайт]. URL: <https://www.stroykonsultant.com/>
12. Национальная электронная библиотека: [сайт]. URL: <https://rusneb.ru/>
13. www.marketcenter.ru - Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров.
14. www.sostav.ru - Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы.
15. www.marketing.spb.ru - Сайт, имеющий название «Энциклопедия маркетинга», где представлена Библиотека маркетолога“.
16. www.4p.ru - Сайт электронного журнала по маркетингу.
17. www.vniki.ru - Сайт Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института .
18. www.market-agency.ru - Классический бизнес-сайт, принадлежащий агентству рыночных исследований и консалтинга «Маркет». Представлены некоторые результаты отдельных маркетинговых исследований