

Силабус освітнього компонента

« Економіка, маркетинг та управління проєктами в дизайні»

Освітня програма	Дизайн
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс	1 курс
Семестр	Очна форма здобуття освіти - 1 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин	4 кредити ЄКТС (120 годин) Очна форма здобуття освіти Аудиторні: лекції: - 18 годин, практичні заняття - 14 годин Самостійна робота - 88 годин.
Форма контролю	Екзамен
Мова викладання	Українська
Орієнтована на спеціальності	В2 Дизайн Спеціалізація В 2.01 Графічний дизайн
Кафедра, що забезпечує	Кафедра архітектури та дизайну Шабардіна Юлія Володимирівна, к.е.н., доц., доцент кафедри архітектури та дизайну e-mail - shabardina.yulia@gmail.com моб. 066 7847238, Viber, WhatsApp
Тематика дисципліни	1. Сучасне розуміння менеджменту в дизайні та його характеристики. 2. Вступ до проєктного управління. 3. Менеджмент процесів і фінансів у дизайн-проєктах. 4. Управління командами та комунікація. 5. Специфіка досліджень у сфері дизайну. 6. GTM-стратегія та побудова стратегії виходу дизайн-продукту на ринок. 7. Ефективний маркетинг у сфері дизайну. 8. Бренд-маркетинг у дизайні. 9. Етичні аспекти професійної діяльності в дизайні.
Цілі дисципліни	Формування у майбутніх дизайнерів цілісного уявлення про економічні закономірності функціонування креативної індустрії, маркетингові механізми просування дизайн-продуктів та принципи управління дизайн-проєктами.
Компетентності	ЗК 02 Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми; ЗК 03 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); ЗК 05 Здатність розробляти та керувати проєктами. СК 02 Здатність проведення проєктного аналізу усіх впливових чинників і складових проєктування та формування авторської

	концепції проєкту; СК 08 Здатність вести ефективну економічну діяльність у сфері дизайну; СК 09 Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги); СК 10 Вміння переконливо демонструвати споживчу привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту.
Результати навчання	РН 02 Розробляти науково-обґрунтовану концепцію для розв'язання фахової проблеми; РН 03 Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших професійних груп різного рівня; РН 05 Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проєкту; РН 07 Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну; РН 08 Здійснювати передпроєктний аналіз із урахуванням усіх вагомих чинників, що впливають на об'єкт проєктування; формулювати авторську концепцію проєкту; РН 16 Формувати дизайн-маркетингову стратегію позиціонування та просування продуктів дизайну (товарів і послуг) на внутрішньому та глобальному ринках; РН 17 Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу (за спеціалізацією В2.01 Графічний дизайн)
Інформаційне забезпечення	https://eln.stu.cn.ua/course/view.php?id=8722

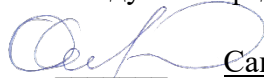


Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Чернігівська політехніка»
*Навчально-науковий інститут інженерії, виробництва та
будівництва*
Кафедра архітектури та дизайну

РОБОЧА ПРОГРАМА
Економіка, маркетинг та управління проєктами в дизайні

ЗАТВЕРДЖУЮ

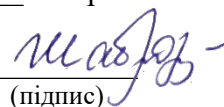
Завідувач кафедри

 **Савченко О.В.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

«01» 09 _____ 2025р.

Розробник: Шабардіна Ю. В., к.е.н., доц., доцент кафедри АД

(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)

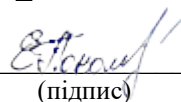

(підпис)

Робочу програму навчальної дисципліни обговорено на засіданні кафедри архітектури та дизайну

(назва кафедри)

Протокол від «_01_» _____ 09 _____ 2025 р. №_12_

Узгоджено з гарантом освітньої програми:


(підпис)

Пономаревська О.І.

(прізвище та ініціали)

1. Загальна інформація про дисципліну.

Тип дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	українська
Рік навчання та семестр	Другий (магістерський) рівень вищої освіти 1 курс 1 семестр Освітньо-професійна програма – ДИЗАЙН
Викладач	Шабардіна Ю. В., к.е.н., доц., доцент кафедри архітектури та дизайну
Профайл викладача	https://kpcb.stu.cn.ua/sost-kaf/shabardina-yuliya-volodymyrivna/
Контакти викладача	e-mail - shabardina.yulia@gmail.com моб. 066 7847238,

2. Анотація курсу.

Курс спрямований на формування системного розуміння економічних процесів у сфері дизайну, набуття навичок управління дизайнерськими проєктами, маркетингового аналізу, розробки та просування креативних продуктів.

Здобувачі отримають знання щодо бюджетування, фінансового планування, стратегій виходу дизайн-продуктів на ринок, управління командами та етичних аспектів маркетингової діяльності.

Основним завданням вивчення дисципліни є отримання знань щодо економічних засад функціонування креативної індустрії, сучасних підходів до управління дизайн-проєктами, планування ресурсів і фінансів, а також опанування принципів і методів маркетингу та просування дизайн-продуктів на ринку.

Реалізація основного завдання передбачає:

- розуміння ролі економіки в організації дизайн-процесів і розвитку креативного бізнесу;
- формування навичок планування, контролю та оцінювання ефективності проєктів у сфері дизайну;
- оволодіння інструментами фінансового менеджменту й бюджетування дизайн-проєктів;
- завоювання методів маркетингових досліджень і стратегічного планування;
- розвиток умінь створювати та реалізовувати брендові та комунікаційні стратегії;
- формування відповідного ставлення до етичних і правових аспектів економічної діяльності у сфері дизайну.

Посилання на дисципліну в MOODLE: <https://eln.stu.cn.ua/course/view.php?id=8722>

3. Мета та цілі курсу.

Метою вивчення дисципліни «Економіка, маркетинг та управління проєктами в дизайні» є формування у майбутніх дизайнерів цілісного уявлення про економічні закономірності функціонування креативної індустрії, маркетингові механізми просування дизайн-продуктів та принципи управління дизайн-проєктами.

Загальні та спеціальні компетентність, яку повинні одержати слухачі курсу:

- ЗК 02 Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми;
- ЗК 03 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- ЗК 05 Здатність розробляти та керувати проєктами.
- СК 02 Здатність проведення проєктного аналізу усіх впливових чинників і складових проєктування та формування авторської концепції проєкту;
- СК 08 Здатність вести ефективну економічну діяльність у сфері дизайну;
- СК 09 Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги);
- СК 10 Вміння переконливо демонструвати споживчу привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту.

ЗВО, які засвоїли запланований курс, повинні знати:

- основні закономірності функціонування економіки креативної індустрії та місце дизайну в ній (СК 08, СК 09);
- принципи управління дизайн-проєктами на всіх етапах їх життєвого циклу – від ініціації до реалізації та оцінки результатів (ЗК 05, СК 02, СК 08);
- підходи до планування ресурсів, формування бюджету та визначення фінансової ефективності дизайн-проєктів (СК 08, СК 09);
- методику аналізу ринку, конкурентного середовища та потреби цільової аудиторії (ЗК 02, СК 02, СК 09);
- основи розроблення маркетингових стратегій (ЗК 05, СК 09, СК 10);

- принципи формування айдентики бренду та позиціонування дизайн-продуктів (СК 09, СК 10);
- етичні норми, правила маркетингової комунікації та основи правового регулювання у сфері дизайну (ЗК 03, СК 10);
- підходи до оцінювання ефективності маркетингових і управлінських рішень (ЗК 02, СК 08, СК 10).

4. Результати навчання.

Програмні результати навчання згідно з освітньо-професійною програмою:

- РН 02 Розробляти науково-обґрунтовану концепцію для розв'язання фахової проблеми;
- РН 03 Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших професійних груп різного рівня;
- РН 05 Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проєкту;
- РН 07 Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну;
- РН 08 Здійснювати передпроєктний аналіз із урахуванням усіх вагомих чинників, що впливають на об'єкт проєктування; формулювати авторську концепцію проєкту;
- РН 16 Формувати дизайн-маркетингову стратегію позиціонування та просування продуктів дизайну (товарів і послуг) на внутрішньому та глобальному ринках;
- РН 17 Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу (за спеціалізацією В2.01 Графічний дизайн).

В результаті вивчення курсу ЗВО повинні вміти:

- використовувати принципи економічного аналізу для оцінки ефективності дизайн-проєктів і прийняття управлінських рішень (РН 07);
- планувати, організовувати та контролювати виконання дизайн-проєктів на різних етапах їх життєвого циклу (РН 05, РН 17);
- розробляти проєктний документ (бриф, WBS, календарний план, бюджет) з використанням сучасних цифрових інструментів управління (РН 05);
- формувати фінансову модель дизайн-проєкту, розраховувати точки беззбитковості, прогнозувати доходи та витрати (РН 07);
- проводити маркетингові дослідження, визначати конкурентів, аналізувати цільову аудиторію та формувати цінні пропозиції (РН 08, РН 16);
- розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії просування дизайн-продуктів (РН 16);
- створювати і розвивати брендову айдентика, позиціонувати дизайн-продукти на ринку та оцінювати ефективність брендових стратегій (РН 17);
- ефективно взаємодіяти з клієнтами, партнерами та членами команди, аргументовано презентувати результат проєкту (РН 03);
- розробляти науково обґрунтовані концепції вирішення професійних проблем у сфері дизайну (РН 02, РН 08);
- дотримуватися етичних принципів, авторського права та норм академічної доброчесності у професійній діяльності дизайнера (РН 07).

5. Пререквізити. Вивчення дисципліни спирається на знання дисциплін, що вивчалися впродовж набуття здобувачами освіти ступеня бакалавра.

6. Обсяг курсу.

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	18
Лабораторні заняття	14
Самостійна робота	88
Індивідуальне завдання – розрахунково- графічна робота	
Всього кредитів – <i>вказати кількість кредитів</i>	4 кредити ЄКТС

Форма проведення занять: лекційні, практичні заняття, самостійна робота – з використанням системи дистанційного навчання Moodle та літератури.

7. Тематика курсу.

1-й курс 1 семестр Економіка, маркетинг та управління проєктами в дизайні (4 кредити ЄКТС)		
Тематика лекційних занять (18 год.)	Тематика практичних занять (14 год.)	Тематика самостійної роботи (88 год.)
МОДУЛЬ 1. Економіка та управління дизайн-проєктами		
Тема 1. Сучасне розуміння менеджменту в дизайні	-	Опрацювання навчального матеріалу лекції.
Тема 2. Вступ до проєктного управління	Тема 1. Ініціація проєкту та складання проєктної документації	Опрацювання навчального матеріалу лекції та підготовка до практичного заняття. Виконання РГР.
Тема 3. Менеджмент процесів і фінансів у дизайн-проєктах	Тема 2. Розробка календарного плану дизайн-проєкту	Опрацювання навчального матеріалу лекції та підготовка до практичного заняття. Виконання РГР.
Тема 4. Управління командами та комунікація	Тема 3. Фінансовий розрахунок бюджету дизайн-проєкту	Опрацювання навчального матеріалу лекції та підготовка до практичного заняття. Виконання РГР.
МОДУЛЬ 2. Маркетинг та стратегії просування дизайн-продуктів		
Тема 5. Специфіка досліджень у сфері дизайну	Тема 4. Аналіз ринку та формування портрета цільової аудиторії	Опрацювання навчального матеріалу лекції та підготовка до практичного заняття. Виконання РГР.
Тема 6. GTM-стратегія та побудова стратегії виходу дизайн-продукту на ринок	Тема 5. Побудова бізнес-моделі дизайн-проєкту	Опрацювання навчального матеріалу лекції та підготовка до практичного заняття. Виконання РГР.
Тема 7. Ефективний маркетинг у сфері дизайну	Тема 6. Розробка маркетингової стратегії просування	Опрацювання навчального матеріалу лекції та підготовка до практичного заняття. Виконання РГР.

Тема 8. Бренд-маркетинг у дизайні	Тема 7. Пітчінг дизайн-проекту перед клієнтом/інвестором	Опрацювання навчального матеріалу лекції. Захист РГР.
Тема 9. Етичні аспекти професійної діяльності в дизайні	-	Опрацювання навчального матеріалу лекції.

8. Система оцінювання та вимоги.

Загальна система оцінювання курсу	Оцінювання курсу відбувається за 100-бальною системою. Екзамен у вигляді тестування складає 20 балів, робота під час семестру складає 80 балів, з них: виконання індивідуальних завдань на практичних заняттях 50 балів, виконання розрахунково-графічної роботи – 30 балів. Додаткові/альтернативні бали можна одержати за участь у науковій роботі кафедри АД: підготовка тез на наукову конференцію – 10 балів, підготовка презентації та виступ на науковому семінарі – 10 балів, друк статті у фаховому збірнику – до 20 балів.
Вимоги до РГР	Розрахунково-графічна робота є індивідуальним завданням, що забезпечує розробку комплексного дизайн-проекту з елементами економічного обґрунтування та маркетингової стратегії забезпечення. Методом виконання РГР є формування у студентів практичних навичок: - планування структури дизайн-проекту; - визначення його економічної ефективності; - розроблення GTM-стратегії (Go-To-Market); - створення брендової ідентики та презентації результатів у форматі пітчу перед клієнтом або інвестором. Зміст РГР включає такі структурні елементи: Титульний аркуш Вступ (актуальність, мета, завдання, очікуваний ефект). Опис дизайн-проекту (ідея, концепція, візуальні рішення). Управлінський аспект (структура проекту, команди ролі, календарний план — WBS). Фінансове обґрунтування (бюджет, кошторис, розрахунок вартості послуг, точки безбитковості). Маркетинговий аналіз (аналіз конкурентів, цільова аудиторія, унікальна ціннісна пропозиція). Маркетингова стратегія (GTM-план, канали комунікації, інструменти SMM, SEO, Performance). Брендінг і видима айдентика (логотип, кольорова палітра, тон комунікації). Висновки (узагальнення результатів і пропозицій з реалізації). Додатки (візуальні матеріали, діаграми, таблиці, графіки, макети-презентації). Критерії оцінювання РГР (30 балів): - комплексність та структурованість – 2 бали; - обґрунтованість економічних розрахунків – 6 балів ;

	логічність і видима послідовність презентації – 5 балів; інноваційність та креативність концепції – 5 балів; якість маркетингового аналізу та стратегічних рішень – 6 балів; можливість практичного впровадження проекту – 6 балів. Захист РГР відбувається під час останнього практичного заняття до закінчення тижня. Форма подання — презентація (10–12 слайдів) або короткий відеопітч (до 5 хвилин), що супроводжується коротким аналітичним звітом у форматі PDF або друкованому вигляді. Склад і особливості оформлення прописано у методичних вказівках до виконання роботи, які розміщено на сторінці дисципліни у Moodle. При розробці концепції власного продукту обов’язковою вимогою є орієнтація на досягнення Цілей сталого розвитку України [1].
Практичні (лабораторні) заняття	На заняттях – виконання індивідуальних завдань – 50 балів.
Умови допуску до підсумкового контролю	Умова допуску до складання екзамену – вчасне виконання завдань.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Модуль за тематичним планом дисципліни та форма контролю	Кількість балів	
Змістовий модуль 1. Економіка та управління дизайн-проектами	0...	33
1 Самостійне і своєчасне виконання індивідуальних практичних завдань	0...	20
3 Самостійне і своєчасне виконання РГР	0...	13
Змістовий модуль 2. Маркетинг та стратегії просування дизайн-продуктів	0...	47
1 Самостійне і своєчасне виконання індивідуальних практичних завдань	0...	30
3 Самостійне і своєчасне виконання РГР	0...	17
Усього поточний і проміжний модульний контроль	0...	80
Семестровий контроль (екзамен)	0...	20

Шкала оцінювання результатів навчання

Оцінка в балах	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, практики
90 – 100	A (відмінно)	відмінно
82-89	B (дуже добре)	добре
75-81	C (добре)	

66-74	D (задовільно)	задовільно
60-65	E (достатньо)	
0-59	FX (незадовільно)	незадовільно з можливістю повторного складання

9. Політики курсу.

Усі завдання повинні виконуватися за принципами академічної доброчесності. Усі студенти повинні ознайомитися з Кодексом академічної доброчесності, затвердженим Вченою радою НУ «Чернігівська політехніка» (<https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2021/06/kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti-nova-redakciya.pdf>). До здобувачів вищої освіти, у яких було виявлено порушення академічної доброчесності, застосовуються різноманітні дисциплінарні заходи (включаючи повторне проходження певних етапів).

Відвідування пар є обов'язковим. У випадку індивідуального графіку навчання, підписаного директором ННІ ІВБ, у відповідності до «Порядку надання дозволу на вільне відвідування занять здобувачам вищої освіти НУ «Чернігівська політехніка»» (<https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/poryadok-nadannya-dozvolu-na-vilne-vidviduvannya-zanyat-zdobuvacham-vyshhoi-osvity.pdf>) обов'язково відвідувати практичні заняття, а також вчасно виконувати індивідуальні завдання та індивідуальний план. Захист розрахунково-графічної роботи відбувається перед заліковим тижнем на останньому практичному занятті.

У випадку пропусків занять і недотримання речення без поважної причини оцінка за дисципліну не може перевищувати оцінку «задовільно» за національною шкалою. У випадку, якщо здобувач протягом семестру не виконав у повному обсязі всіх видів навчальної роботи, має невідпрацьовані види робіт або не набрав мінімально необхідну кількість балів (20), він не допускається до складання екзамену під час семестрового контролю, але має право ліквідувати академічну заборгованість у порядку, передбаченому «Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів НУ «Чернігівська політехніка»» (<https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/polozhennya-pro-potochne-ta-pidsumkove-oczinuvannya-znan-zdobuvachiv-vo.pdf>). Повторне складання екзамену з метою підвищення позитивної оцінки не дозволяється. У випадку повторного складання екзамену всі набрані протягом семестру бали анулюються.

За об'єктивних причин навчання може відбуватись дистанційно з використанням системи Moodle та онлайн відео-конференцій, які проходять за розкладом у програмі Teams.

У випадку академічної мобільності перезарахування кредитів здійснюється на підставі «Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу Національного університету «Чернігівська політехніка»» (<https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2021/04/polozhennya-pro-akademichnu-mobilnist-uchasnykiv-osvitnogo-proczesu.pdf>).

Кредити, отримані в інших закладах вищої освіти, а також результати навчання у неформальній та/або інформальній освіті, можуть бути перезараховані викладачем у відповідності до положення «Порядок визначення академічної різниці та перезарахування навчальних дисциплін у НУ «Чернігівська політехніка»» (<https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/poryadok-vyznachennya-akademichnoi-riznyczy-ta-vyznannya-rezultativ-poperednogo-navchannya.pdf>).

Зв'язок з викладачем (невідкладні запитання та відповіді на них) через групу в WhatsApp з 9.00 до 21.00. Для здобувачів з особливими потребами кожний випадок розглядається індивідуально, необхідно повідомити викладача на початку вивчення курсу.

10. Рекомендована література

1. Указ Президента України № 722/2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» від 30.09.2019

2. Барнет Білл, Еванз Дейв Дизайн-мислення. Спроектуй своє життя / пер. з англ. Валерія Глінка. – 3-тє вид. – К. : Наш формат, 2022. – 224 с.
3. Вайншенк С.М. 100 речей, які кожен дизайнер повинен знати про людей / Сьюзен М. Вайншенк. – пер. з англ. К. Опрощенко. – Київ : ArtHuss, 2024. – 256 с.
4. Ден Аріелі Добре бути ірраціональним. Як мислити нелогічно та отримувати несподівані переваги [Текст] : Ден Аріелі; переклад з англ. Дзвінки Завалій. – Львів : Видавництво Старого Лева, 2022. – 352 с.
5. Ден Аріелі Передбачувана ірраціональність [Текст] : Ден Аріелі; переклад з англ. Дзвінки Завалій. – Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. – 296 с.
6. Ерик Рис Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для швидкого тестування ідей и вибору бизнес-модели: Видавництво Abiprint Ltd, Таллин, Эстония 2016 – 272 с.
7. Канеман, Даніель Думай повільно... Вирішуй швидко : [пер. з англ.]/ Даніель Канеман. – Київ : Форс Україна, 2021. – 653, [3] с.
8. Ланкастер Д. Лідерство в стилі lean. Шлях до постійного вдосконалення вашого бізнесу / Д. Ланкастер. – Київ : K.Fund, 2017. – 240 с.
9. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження / Ніл Леонард, Гевін Емброуз; пер. з англ. Мельник М., Пугач В. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія «Креативна кар'єра»)
10. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 03: Генерування ідей / Ніл Леонард, Гевін Емброуз; пер. з англ. Мельник М., Пугач В. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія «Креативна кар'єра»)
11. Майк Ротер, Джон Шук Вміння бачити бізнес-процеси: створення цінності та зменшення втрат [текст] / Майк Ротер, Джон Шук; перекл. з англ. Катерина Гуменюк. – Бібліотека Лін Інституту. – Київ : Пабулум, Lean Institute Ukraine, 2017. - 132 с.
12. Остервальдер Александр, Піньє Ів, Сміт Алан Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти. – К. : Наш Формат, 2023. – 324 с
13. Остервальдер Александер, Піньє Ів Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного / пер. з англ. Роман Корнута. – 2-ге вид. – К. : Наш Формат, 2023. – 288 с.
14. Петтон Д., Ікономі П. Мапа історій користувача: Відкрий правдиву історію, створи саме той продукт / Джеф Петтон і Пітер Ікономі. Пер. із англ. Яна Осетрова та ін. Київ : ArtHuss, 2022. 320 с.
15. Шон Адамс. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти / Шон Адамс, пер. з англ. Максим Тимченко. Київ : ArtHuss, 2022. 256 с.
16. Armitage, John. «Are Agile Methods Good for Design», Interactions, Volume 11, Issue 1, January-February, 2004.
17. Cagan, Marty. Inspired: How to Create Products Customers Love. Sunnyvale: SVPG Press, 2008.
18. Gothelf, Jeff. Lean UX: Applying Lean Principles to Improve User Experience. Sebastopol: O'Reilly Media, 2013.
19. Crawford Tad The Graphic Design Business Book / Tad Crawford. – Allworth Press, 2005. – 224 p.
20. Enns Blair Win Without Pitching Manifesto / Blair Enns. – RockBench Publishing Corp, 2010. – 128 p.
21. Glei Jocelyn K. Manage Your Day-to-Day: Build Your Routine, Find Your Focus, and Sharpen Your Creative Mind / Jocelyn K. Glei. – 99U, 2013. – 253 p.
22. Granet Keith The Business of Design: Balancing Creativity and Profitability / Keith Granet. – Allworth Press, 2011. – 224 p.
23. Janda Michael Burn Your Portfolio: Stuff they don't teach you in design school, but should / Michael Janda. – 2013. – 375 p.
24. Kim W. Chan. Blue ocean strategy : how to create uncontested market space and make competition irrelevant / W. Chan Kim, Renee Mauborgne. – Expanded edition. – Boston : Harvard Business School Publishing, 2015. – 288 p.

25. Kleon Austin Show Your Work!: 10 Ways to Share Your Creativity and Get Discovered / Austin Kleon. – Workman Publishing Company, 2014. – 224 p.

26. The Business of Design: Balancing Creativity and Profitability (business and career guide to creating a successful design firm) Hardcover – August 24, 2011.