

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ
Ответственный за образовательную
программу
д.э.н., проф. _____
(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев _____
(инициалы, фамилия)
_____ (подпись)
«20» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»
(Наименование дисциплины)

| | |
|---|---|
| Код направления подготовки/ специальности | 42.03.01 |
| Наименование направления подготовки/ специальности | Реклама и связи с общественностью |
| Наименование направленности | Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере |
| Форма обучения | очная |
| Год присема | 2025 |

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

зав. каф. д.э.н., проф. _____ 10.02.2025 _____ К.В. Лосев
(должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2025 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф. _____ 10.02.2025 _____ К.В. Лосев
(уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф. д.и.н., доц. _____ 10.02.2025 _____ Л.Ю. Гусман
(должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ОПК-2 «Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах»

ОПК-4 «Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»

ОПК-5 «Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с управленческими навыками менеджмента и основами ведения бизнес-коммуникаций, которые дают развернутое представление об этапах управления проектами в сфере рекламы и PR, о стратегии и тактике использования средств массовой информации для построения и ведения коммуникации организации с общественностью.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины является изучение процесса и технологий проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации рекламных и PR-проектов.

1.2. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

| Категория (группа) компетенции | Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции |
|----------------------------------|--|--|
| Общепрофессиональные компетенции | ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | ОПК-2.3.1 знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.В.1 владеть навыками создания медиа продуктов в условиях кризиса |
| Общепрофессиональные компетенции | ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ОПК-4.У.1 уметь использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-4.В.1 владеть навыками реализации медиа стратегий, связанных с выявленными потребностями общественности |
| Общепрофессиональные компетенции | ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, | ОПК-5.У.1 уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы ОПК-5.В.1 владеть навыками разработки медиа продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий |

| | | |
|--|---|--|
| | правовых и этических норм регулирования | функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования |
|--|---|--|

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью»,
- «Разработка и технология производства рекламного продукта»,
- «Информационные технологии»,
- «Организация рекламных и PR-агентств»,
- «Организация бизнеса»,
- «Менеджмент в профессиональной деятельности»,
- «Основы проектной деятельности»,
- «Интернет-маркетинг»,
- «Тайм-менеджмент».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)»,
- «Медиаменеджмент»,
- «Планирование и проведение коммуникационных кампаний»,
- «Производственная преддипломная практика»,
- «Государственная итоговая аттестация».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

| Вид учебной работы | Всего | Трудоемкость по семестрам |
|---|--------|---------------------------|
| | | №7 |
| 1 | 2 | 3 |
| Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час) | 4/ 144 | 4/ 144 |
| Из них часов практической подготовки | | |
| Аудиторные занятия, всего час. | 68 | 68 |
| в том числе: | | |
| лекции (Л), (час) | 34 | 34 |
| практические/семинарские занятия (ПЗ), (час) | 34 | 34 |
| лабораторные работы (ЛР), (час) | | |
| курсовой проект (работа) (КП, КР), (час) | | |
| экзамен, (час) | 36 | 36 |
| Самостоятельная работа, всего (час) | 40 | 40 |
| Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**) | Экз. | Экз. |

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

| Разделы, темы дисциплины | Лекции (час) | ПЗ (СЗ) (час) | ЛР (час) | КП (час) | СРС (час) |
|---|-----------------|------------------|-------------|-------------|--------------|
| Семестр 7 | | | | | |
| Раздел 1. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью. | 4 | 3 | 0 | 0 | 5 |
| Раздел 2. Технология проектной деятельности: жизненный цикл проекта. | 4 | 3 | 0 | 0 | 5 |
| Раздел 3. Принципы работы над проектом в команде. | 4 | 5 | 0 | 0 | 5 |
| Раздел 4. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью. | 6 | 5 | 0 | 0 | 5 |
| Раздел 5. Технология разработки креативного брифа. | 4 | 4 | 0 | 0 | 5 |
| Раздел 6. Разработка и реализация рекламного проекта. | 4 | 5 | 0 | 0 | 5 |
| Раздел 7. Разработка и реализация PR-проекта | 4 | 5 | 0 | 0 | 5 |
| Раздел 8. Учет и контроль хода реализации проекта и оценка его эффективности. | 4 | 4 | 0 | 0 | 5 |
| Итого в семестре: | 34 | 34 | 0 | 0 | 40 |
| Итого | 34 | 34 | 0 | 0 | 40 |

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

| Номер раздела | Название и содержание разделов и тем лекционных занятий |
|---------------|---|
| 1 | Управление проектами в рекламе и связях с общественностью. Многообразие рекламных и PR-проектов: история и современность. Основные классификационные признаки проектов. Определение проекта. Аспекты проекта: сроки, бюджет и качество результата. Четыре функции управления проектом. Жизненный цикл проекта. Области особого внимания при подготовке проекта: долгосрочность, безопасность для окружающей среды, социальные факторы. |
| 2 | Технология проектной деятельности: жизненный цикл проекта. Методология и методика предпроектного анализа. Социологическое исследование, контент-анализ, ассоциативный метод исследования, мозговой штурм, SMART-анализ, SWOT-анализ, метод Дельфи. Структура |

| | |
|---|---|
| | проекта. Управление содержанием проекта. Ресурсы проекта. |
| 3 | Принципы работы над проектом в команде. Причины популярности командного принципа работы в современном рекламном и PR-бизнесе. Особенности командной работы. Структура командной работы. Оптимальное количество в команде. Принципы организации команды: целеустремленность, сплоченность, ответственность. Качества хорошего командного игрока. Устав команды. Создание команды. Команды, работающие над проектами. Джефф Сазерленд. Scrum - революционный метод управления проектами |
| 4 | Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью. Понятия «программа» и «организация». Признаки организации. Различие между проектными и организационными структурами. Типы организации проектов. Преимущества и недостатки этих структур, наиболее частые сферы их применения. Основные характеристики и виды рекламных и PR-кампаний. Разработка креативной стратегии рекламной или PR-кампании. Функциональные составляющие рекламной и PR-кампании. Составляющие коммуникационной стратегии: рекламная стратегия – медиа стратегия – креативная стратегия. Использование методов коллективной творческой работы при разработке креативной стратегии. Креативная стратегия: визуальное и вербальное воплощение. |
| 5 | Технология разработки креативного брифа. Виды творческих заданий. Структура брифа. Анализ ситуации. Определение проблемы. Постановка целей и задач кампании. Описание целевой аудитории. Основные характеристики ЦА: географические характеристики, демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики. Цели и задачи. Понятие инсайта: условные типы инсайтов. Рекламная идея и художественный образ. Оценка креатива. |
| 6 | Разработка и реализация рекламного проекта. Структура рекламного проекта. Жизненный цикл рекламного проекта. Предмет и объект проектирования. Концепция рекламного проекта. Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта. Разработка рекламной кампании и оценка эффективности реализации проекта. |
| 7 | Разработка и реализация PR-проекта. Структура PR-проекта. Жизненный цикл PR -проекта. Предмет и объект PR -проектирования. Концепция PR -проекта. Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации |

| | |
|----------|--|
| | проекта. Разработка PR -кампании. Оценка эффективности проекта. |
| 8 | <p>Учет и контроль хода реализации проекта и оценка его эффективности. Важность учета и контроля проекта. Проверки: пассивные и активные данные. Планирование учета проекта. Поэтапный учет результатов. Метод допустимых границ. Анализ товарных запасов. Учет методом S-образной кривой. Отчеты о результатах проверок и организация рабочих совещаний. Выработка корректирующих воздействий. Проблемы, возникающие при выборе проекта: неопределенность и риск. Как выявить риски проекта и как их уменьшить. Качественные критерии выбора проекта. Количественные критерии выбора проекта. Принятие решения о воплощении проекта. Выявление источников риска. Анализ и оценка риска. Анализ сценария. Варианты сценариев развития (оптимистический, пессимистический, вероятный). Позитивный опыт успешных проектов и риски повторения негативного опыта провальных проектов. «Риски колеи», «риски куриной слепоты». Неизбежность проблем, возникающих в процессе реализации проекта. Проблема недостатка информации при принятии решений. Решение о том, когда и как нужно решать данную проблему. Логика и интуиция в решении проблем. Метод целевой группы. Метод анализа сил. Парето-анализ. Важность грамотного завершения проекта. Момент окончания проекта. Функция руководителя проекта на завершающем этапе. Процесс завершения проекта. Завершение работ. Завершающая проверка и подведение итогов проекта. Сохранение материалов, имеющих отношение к проекту. Определение эффективности рекламной кампании и корректировка целей. Разновидности контроля. Контролируемые показатели. Процедуры контроля и корректировки. Методы оценки эффективности рекламной и PR - кампаний. Экспертная оценка в системе управления проектом.</p> |

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

| № п/п | Темы практических занятий | Формы практических занятий | Трудоемкость, (час) | Из них практической подготовки, (час) | № раздела дисциплины |
|-----------|--------------------------------|----------------------------|---------------------|---------------------------------------|----------------------|
| Семестр 7 | | | | | |
| 1 | Теоретические основы проектной | Семинар. | 3 | | 1 |

| | | | | | |
|-------|---|---|----|--|---|
| | деятельности в мировой практике | | | | |
| 2 | Технология проектной деятельности: жизненный цикл проекта. | Деловая игра. | 3 | | 2 |
| 3 | Принципы работы над проектом в команде. | Деловая игра. Занятия по моделированию реальных условий. | 5 | | 3 |
| 4 | Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью. | Решение ситуационных задач. | 5 | | 4 |
| 5 | Технология разработки креативного брифа. | Кейсы. Деловая игра. | 4 | | 5 |
| 6 | Разработка и реализация рекламного проекта. | Кейсы. Занятия по моделированию реальных условий. Деловая игра. | 5 | | 6 |
| 7 | Разработка и реализация PR-проекта | Кейсы. Занятия по моделированию реальных условий. Деловая игра. | 5 | | 7 |
| 8 | Учет и контроль хода реализации проекта и оценка его эффективности. | Решение ситуационных задач. | 4 | | 8 |
| Всего | | | 34 | | |

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

| № п/п | Наименование лабораторных работ | Трудоемкость, (час) | Из них практической подготовки, (час) | № раздела дисциплины |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------------------|----------------------|
| Учебным планом не предусмотрено | | | | |

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

| Вид самостоятельной работы | Всего, час | Семестр 7, час |
|----------------------------|------------|----------------|
|----------------------------|------------|----------------|

| | | |
|---|----|----|
| 1 | 2 | 3 |
| Изучение теоретического материала дисциплины (ТО) | 10 | 10 |
| Курсовое проектирование (КП, КР) | - | - |
| Расчетно-графические задания (РГЗ) | - | - |
| Выполнение реферата (Р) | - | - |
| Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ) | 8 | 8 |
| Домашнее задание (ДЗ) | 10 | 10 |
| Контрольные работы заочников (КРЗ) | - | - |
| Подготовка к промежуточной аттестации (ПА) | 12 | 12 |
| Всего: | 40 | 40 |

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

| Шифр/ URL адрес | Библиографическая ссылка | Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров) |
|---|--|---|
| URL: https://znanium.com/catalog/product/1836737 | Афонин, А. М. Управление проектами : учебное пособие / А. М. Афонин, Ю. Н. Царегородцев, С. А. Петрова. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. - 184 с. - ISBN 978-5-91134-372-9. | |
| URL: https://e.lanbook.com/book/147831 | Марочкина, С. С. Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. — Сочи : СГУ, 2019. — 66 с. | |
| URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/451359 | Кузнецова, Е. В. Управление портфелем | |

| | | |
|--|---|--|
| | проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. | |
| URL: https://e.lanbook.com/book/146809 | Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. | |
| URL: https://e.lanbook.com/book/246521 | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / составитель И. А. Юмашева. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2021. — 116 с. — ISBN 978-5-94047-833-1. | |
| URL: https://e.lanbook.com/book/180300 | Стрельникова, Т. В. Организация и планирование рекламной деятельности в коммерческой сфере : учебно-методическое пособие / Т. В. Стрельникова. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2020. — 23 с. | |
| URL: https://e.lanbook.com/book/119793 | Управление рекламной деятельностью организации : учебно-методическое пособие / О. Ю. Колущинская, Н. В. Катунина, А. А. Веретено [и др.] ; под редакцией Т. Д. Синявец. — Омск : | |

| | | |
|---|--|--|
| | ОмГУ, 2019. — 228 с. — ISBN 978-5-7779-2362-2. | |
| URL: https://znanium.com/catalog/product/1817091 | Цителадзе, Д. Д. Управление проектами : учебник / Д.Д. Цителадзе. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 361 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1817091. - ISBN 978-5-16-017166-1. | |
| URL: https://e.lanbook.com/book/162125 | Чилингир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебно-методическое пособие / Е. Ю. Чилингир. — Сочи : РосНОУ, 2019. — 129 с. — ISBN 978-5- 89789-136-8. | |

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

| URL адрес | Наименование |
|---|--|
| http://znanium.com/ | электронная библиотека Znanium.com |
| https://elibrary.ru/defaultx.asp? | научная электронная библиотека eLIBRARY.RU |
| https://ppc.world/ | информационно-образовательная платформа для digital-специалистов |

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

| № п/п | Наименование |
|-------|-------------------------------------|
| 1 | Microsoft Windows, Microsoft Office |

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

| № п/п | Наименование |
|-------|--------------|
|-------|--------------|

| | |
|---|-------------|
| 1 | ЭБС ZNANIUM |
|---|-------------|

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

| № п/п | Наименование составной части материально-технической базы | Номер аудитории (при необходимости) |
|-------|--|-------------------------------------|
| 1 | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей). | |
| 2 | Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. | |
| 3 | Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации | |
| 4 | Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. | |

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

| Вид промежуточной аттестации | Перечень оценочных средств |
|------------------------------|---------------------------------------|
| Экзамен | Список вопросов к экзамену; Тесты. |

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

| | |
|--------------------|---|
| Оценка компетенции | Характеристика сформированных компетенций |
| 5-балльная шкала | |

| Оценка компетенции 5-балльная шкала | Характеристика сформированных компетенций |
|--|---|
| «отлично» «зачтено» | <ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. |
| «хорошо» «зачтено» | <ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий. |
| «удовлетворительно» «зачтено» | <ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий. |
| «неудовлетворительно» «не зачтено» | <ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений. |

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

| № п/п | Перечень вопросов (задач) для экзамена | Код индикатора |
|-------|--|----------------|
| 1 | 1. Отличие традиционного определения проекта от определения, относящегося к рекламным PR-проектам. 2. Основные характеристики проекта и зависимость между ними. 3. Основные участники проекта и их функции. 4. Основные функции менеджера проекта и команды проекта. | ОПК-2.3.1 |
| 2 | 5. Понятие об устойчивости проекта. 6. Дайте классификацию проектных рисков. 7. Назовите основные методы управления рисками. 8. Методы качественного анализа проектных рисков. 9. Основные методы количественного анализа проектных рисков. 10. Типы конфликтов во время работы в группах. | ОПК-2.В.1 |

| | | |
|---|--|-----------|
| | <p>11.Методы управления конфликтом. Стили разрешения межличностных конфликтов.</p> <p>12. Стресс и управление им в деятельности руководителя.</p> | |
| 3 | <p>13.Маркетинговые исследования как основа эффективного управления проектами в рекламе и PR.</p> <p>14.Основные фазы жизненного цикла проекта.</p> <p>15.Охарактеризуйте концептуальную фазу проекта и приведите основные этапы этой фазы.</p> <p>16.Фаза планирования проекта и основные этапы этой фазы.</p> <p>17.Фаза реализации проекта и основные функции по управлению проектом в этой фазе.</p> <p>18.Фаза завершения, эксплуатации и ликвидации проекта и основные функции по управлению проектами в этих фазах.</p> <p>19.Формы и сферы применения социологических исследований управления проектами в рекламе и PR.</p> <p>20.Тестирование как метод диагностики в управленческой практике.</p> <p>21.Перспективность использования инструментов психологии в исследовании управления проектами.</p> <p>22.Организация управления проектами по принципу независимых команд.</p> <p>Достоинства и недостатки такой формы управления.</p> <p>23. Основные правила построения сетевых графиков, основные типы связей между операциями.</p> <p>24. Календарное планирование бюджета и ресурсов проекта с использованием сетевых методов.</p> <p>25.Что представляет собой базовый план-график кумулятивных затрат проекта (S-кривая).</p> <p>26.Методы оперативной оценки (мониторинга) времени и стоимостных показателей работ в процессе реализации проекта.</p> | ОПК-4.У.1 |
| 4 | <p>27.Признаки классификации проектов.</p> <p>28.Основные задачи, назначение и принципы составления бизнес-плана.</p> <p>29. Примерная структура бизнес-плана.</p> | ОПК-4.В.1 |
| 5 | <p>30.Эволюция методических подходов к проектированию в рекламе и PR.</p> <p>31.Тактика работы со СМИ в управлении проектами.</p> <p>32.Креативные основы проектирования в рекламе и PR.</p> <p>34.Управление инновационным проектом.</p> <p>35.Методы оценки эффективности инновационного проекта.</p> <p>36.Анализ чувствительности проекта, определение эластичности показателей эффективности проекта.</p> | ОПК-5.У.1 |
| 6 | <p>37. Коллективная генерация идей в управлении проектами в рекламе и PR.</p> | ОПК-5.В.1 |

| | | |
|--|---|--|
| | 38. Метод мозгового штурма. 39. Средства актуализации творческого потенциала группы генерации идей. 40. Использование программных средств в проектировании. 41. Бюджетное финансирование проектов. 42. Основные организационные структуры управления проектами. 43. Организация управления проектами в рамках функциональной структуры. 44. Достоинства и недостатки такой формы управления. 45. Понятие о методе PERT расчета вероятных значений времени выполнения проекта. 46. Управление персоналом, функции и категории работников. 47. Первые PR-проекты. История создания. 48. Аудит и завершение работы над проектом. 48. Процесс закрытия проекта. Оценка успешности выполнения проекта. 49. Оценка работы руководителя проекта, отдельных членов команды и команды в целом. 50. Матричная структура управления PR-проектами. 51. Основные принципы построения эффективной системы контроля. 52. Процессы, входящие в управление информационными связями. 53. Основные этапы закрытия контракта. 54. Постпроектная оценка. | |
|--|---|--|

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

| № п/п | Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета | Код индикатора |
|-------|---|----------------|
| | Учебным планом не предусмотрено | |

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

| № п/п | Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы |
|-------|--|
| | Учебным планом не предусмотрено |

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

| № п/п | Примерный перечень вопросов для тестов | Код индикатора |
|-------|--|----------------|
| 1. | <i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i> Какие основные этапы включает разработка рекламной кампании? а) Анализ рынка и целевой аудитории, постановка целей и задач, разработка рекламной стратегии, создание рекламного сообщения, выбор рекламных каналов и носителей, оценка эффективности. б) Анализ конкурентов и определение конкурентных преимуществ, | ОПК-5.У.1 |

| | | |
|----|---|-----------|
| | <p>постановка целей и задач, разработка медиаплана, создание рекламного брифа, проведение тестирования рекламного сообщения, оценка эффективности.</p> <p>в) Анализ трендов рекламной индустрии, проведение маркетинговых исследований, разработка креативной концепции, выбор рекламных каналов и носителей, запуск рекламной кампании, оценка результатов.</p> <p>г) Все перечисленные варианты верны.</p> | |
| 2. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Какие основные этапы создания рекламной кампании?</p> <p>а) Анализ и определение целей кампании, выбор целевой аудитории, разработка креативной концепции, выбор медиа-каналов и инструментов, запуск кампании, оценка результатов.</p> <p>б) Выбор медиа-каналов и инструментов, запуск кампании, оценка результатов, анализ и определение целей кампании, выбор целевой аудитории, разработка креативной концепции.</p> <p>в) Анализ и определение целей кампании, выбор целевой аудитории, разработка креативной концепции, выбор медиа-каналов и инструментов, запуск кампании, оценка результатов.</p> <p>г) Анализ и определение целей кампании, запуск кампании, выбор медиа-каналов и инструментов, оценка результатов, разработка креативной концепции, выбор целевой аудитории.</p> | ОПК-5.В.1 |
| 3. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Что такое PR-кампания?</p> <p>а) PR-кампания — это рекламная кампания, направленная на продвижение товаров и услуг.</p> <p>б) PR-кампания — это кампания по организации и поддержанию положительной репутации компании или персоны.</p> <p>в) PR-кампания — это кампания по проведению исследований рынка и анализу конкурентов.</p> <p>г) PR-кампания — это комплекс мероприятий по созданию и поддержанию публичного имиджа компании, продукта или персоны через использование различных коммуникационных инструментов.</p> | ОПК-4.У.1 |
| 4. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Какие преимущества имеет использование цифровых каналов коммуникации в рекламе и связях с общественностью?</p> <p>а) Использование цифровых каналов коммуникации позволяет достичь широкой аудитории, реализовать персонализацию, измерить эффективность, взаимодействовать с потребителями в режиме реального времени и обеспечить более низкие затраты по сравнению с традиционными каналами.</p> <p>б) Использование цифровых каналов коммуникации позволяет проводить акции по привлечению новых клиентов.</p> <p>в) Использование цифровых каналов коммуникации позволяет проводить мероприятия и конференции.</p> <p>г) Использование цифровых каналов коммуникации позволяет</p> | ОПК-4.В.1 |

| | | |
|----|---|-----------|
| | проводить пресс-конференции и медиа-тренинги. | |
| 5. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Определите ситуации, которые являются преимуществами проектной организационной структуры:</p> <p>А) Руководитель проекта имеет полное руководство над проектом. Б) Оборудование и люди объединены через проекты. В) Линии коммуникаций сокращены. Г) Командная работа и чувство сопричастности. Д) Члены команды подчинены одному руководителю.</p> | ОПК-2.3.1 |
| 6. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Какие из следующих показателей представляют интерес в управлении проектом?</p> <p>А) Время Б) Стоимость В) Доступность ресурсов.</p> | ОПК-2.В.1 |
| 7. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Для критического пути проектных работ, чтобы быть наиболее эффективным, работы или задачи проекта должны быть:</p> <p>А) отчетливо выраженными. Б) Независимыми. В) Упорядоченными. Г) Все вышеуказанное.</p> | ОПК-2.3.1 |
| 8. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Какой фактор из нижеперечисленных тезисов - основной недостаток матричного метода управления проектом?</p> <p>А) Единственный руководитель проекта признан ответственным за успешное завершение проекта. Б) Участники группы должны оставить их функциональные обязанности в фирме и заняться только карьерным ростом в системе управления проектом. В) Связь между функциональными обязанностями строго определена. Г) Участники проектной команды подчиняются одновременно двум руководителям, что создает возможности потенциального конфликта. Д) Комбинация функциональных знаний многих подготовленных работников может дать синергические решения возникающих проблем.</p> | ОПК-2.В.1 |
| 9. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Что такое жизненный цикл инвестиционного проекта?</p> <p>А) Продолжительность выполнения мероприятий по проекту от момента зарождения идеи до ее полной реализации. Б) Временной интервал, характеризующий продолжительность, выполнения работ по данному проекту.</p> | ОПК-4.У.1 |

| | | |
|-----|---|-----------|
| | В) Промежуток времени от момента обоснования проекта до момента получения инвестиций в проект. | |
| 10. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Что включает в себя жизненный цикл проекта? А) Стадии и этапы. Б) Этапы. В) Фазы, стадии и этапы.</p> | ОПК-2.3.1 |
| 11. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Что такое коммерческая эффективность проекта? А) Целесообразность реализации проекта с позиций его инициаторов. Б) Выгодность осуществления данного проекта с точки зрения решения социально-экономических задач. В) Эффективность внедрения проекта с позиций бюджетов различных уровней.</p> | ОПК-2.3.1 |
| 12. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Бизнес-план является: А) частью инвестиционного проекта; Б) технико-экономическим обоснованием инвестиционного проекта; В) документом, разрабатываемым независимо от разработки инвестиционного проекта.</p> | ОПК-2.3.1 |
| 13. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Структура бизнес-плана обязательно должна включать: А) финансовый план; Б) организационный план; В) производственный и финансовый план; Г) производственный и организационный план; Д) план маркетинга; Е) все перечисленные разделы.</p> | ОПК-5.У.1 |
| 14. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>На какой фазе проектирования производится подготовка и обучение персонала? а) предварительный анализ б) инвестиционная фаза в) внедрение проекта</p> | ОПК-4.У.1 |
| 15. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> | ОПК-2.3.1 |

| | | |
|-----|--|------------------------|
| | <p>На каком этапе реализации проекта определяется перечень целей, требований и задач проекта?</p> <p>а) разработка концепции б) анализ проблемы в) разработка проекта</p> | |
| 16. | <p><i>Расставьте в нужной последовательности основные этапы проектной деятельности. Запишите соответствующую последовательность цифр.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Целеполагание. 2. Проблематизация. 3. Представление результатов. 4. Реализация. 5. Планирование. | ОПК-5.У.1 ОПК-5.В.1 |
| 17. | <p><i>Выберите, что из нижеперечисленного относится к признакам классификации проектов (несколько вариантов ответа):</i></p> <p>А) Применение новых технологий. Б) Продолжительность периода осуществления проекта. В) Характер предметной области проекта. Г) Основные сферы деятельности, в которых осуществляется проект.</p> <p>Каким критериям отвечает хорошо сформулированная цель проекта? Выберите несколько вариантов ответа.</p> <p>А) Ограниченная. Б) Однозначно воспринимаемая всеми участниками. В) Измеримая. Г) Достижимая в заданных условиях. Д) Умная.</p> <p>Ключевое преимущество управления проектами?</p> <p>А) экономия времени и ресурсов на реализацию проекта за счет применения Б) эффективных методов, технологий и инструментов управления В) возможность с помощью инструментов планирования смоделировать детально и формализовать реализацию проекта Г) возможность осуществить объективную оценку экономической эффективности инвестиционного проекта Д) формирование эффективной команды по реализации поставленной цели</p> | ОПК-2.3.1 ОПК-2.В.1 |
| 18. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильные ответы на представленный вопрос.</i></p> <p>Какие степени ответственности не используются при составлении матрицы ответственности проекта по методике RACI?</p> <p>А) Руководитель. Б) Консультант. В) Спонсор. Г) Наблюдатель. Д) Заказчик.</p> <p><i>Прочитайте текст, выберите правильные ответы на представленный вопрос.</i></p> <p>По каким основным сферам деятельности делятся проекты?</p> | ОПК-4.У.1 ОПК-4.В.1 |

| | | |
|-----|---|------------------------|
| | 1. Технический 2. Организационный 3. Производственный 4. Социальный 5. Инвестиционный 6. Инновационный. | |
| 7. | <p><i>Прочитайте текст, выберите правильные ответы на представленный вопрос.</i></p> <p>Какие из перечисленных мер оценки определяют «Успешность управления проектом».</p> <p>А) Удовлетворенность членов команды. Б) Рентабельность продукта. В) Удовлетворенность участников уровнем коммуникации в проекте. Г) Выполнение бюджета. Д) Выполнение расписания.</p> <p><i>Прочитайте текст, выберите правильные ответы на представленный вопрос.</i></p> <p>Выберите, что из перечисленного входит в план коммуникации?</p> <p>А) Перечень регулярных совещаний. Б) Распределение ответственности участников за задачи проекта. В) План работ по проекту. Г) Перечень информационных каналов взаимодействия участников.</p> | ОПК-5.У.1 ОПК-5.В.1 |
| 8. | <p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i></p> <p>1. Как соотносятся понятия проектирования, прогнозирования и моделирования?</p> <p>2. Что представляет собой коммуникационный проект, назовите элементы проектной деятельности?</p> <p>3. Что является результатом социального прогнозирования?</p> <p>4. Какое значение для управления информационными процессами имеет социальное проектирование?</p> <p>5. Как соотносятся между собой такие формы деятельности, как проектирование и планирование?</p> <p>6. Дайте определение объекта и предмета коммуникационного проектирования.</p> <p>7. Кого можно считать субъектом коммуникационного проектирования?</p> <p>8. Как в социальном проектировании реализуется принцип реалистичности и реализуемости решения?</p> | ОПК-2.3.1 ОПК-2.В.1 |
| 9. | <p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i></p> <p>Основные функции менеджера проекта и команды проекта.</p> <p>Какова роль участников проекта: инициатора, заказчика, инвестора, проектменеджера?</p> <p>Какова роль участников проекта: команды проекта, контрактора, субконтрактора, потребителя проекта?</p> | ОПК-4.У.1 ОПК-4.В.1 |
| 10. | <p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i></p> <p>1. Что входит в стандартный алгоритм управления изменениями?</p> <p>2. Каким образом точное указание цели коммуникационного проекта обеспечивает контроль за деятельностью его исполнителя?</p> | ОПК-5.У.1 ОПК-5.В.1 |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|--|----------------------------|------------------------|------------------|------------------------|
| | <div>3. Что могут сделать исполнители коммуникационного проекта при</div> <div>4. задержке бюджетного финансирования?</div> <div>5. Как обеспечивается координация деятельности исполнителей</div> <div>6. коммуникационного проекта?</div> <div>7. Какие требования предъявляются к отчетам исполнителей коммуникационного проекта?</div> | | | | | | | | | |
| 11. | <div>Прочитайте термины и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, выберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.</div> <div>Сопоставьте фазы жизненного цикла проекта и описание издержке и затрат на данной фазе.</div> <table><tr><td>1. Высокие, быстро растут.</td><td>А) Инициация</td></tr><tr><td>2. Средние, растут.</td><td>Б) Завершение</td></tr><tr><td>3. Незначительные, медленно растут.</td><td>В) Реализация.</td></tr><tr><td>4. Средние снижаются.</td><td>Г) Планирование.</td></tr></table> <div>Ответы: 1_, 2_, 3_, 4_.</div> | 1. Высокие, быстро растут. | А) Инициация | 2. Средние, растут. | Б) Завершение | 3. Незначительные, медленно растут. | В) Реализация. | 4. Средние снижаются. | Г) Планирование. | ОПК-2.3.1 ОПК-2.В.1 |
| 1. Высокие, быстро растут. | А) Инициация | | | | | | | | | |
| 2. Средние, растут. | Б) Завершение | | | | | | | | | |
| 3. Незначительные, медленно растут. | В) Реализация. | | | | | | | | | |
| 4. Средние снижаются. | Г) Планирование. | | | | | | | | | |
| 12. | <div>Прочитайте термины и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, выберите соответствующую позицию в правом столбце.</div> <div>Сопоставьте функциональные области процессов управления проектами с их содержанием.</div> <table><tr><td>1. Контроль изменений календарного плана проекта.</td><td>А) Управление предметной областью.</td></tr><tr><td>2. Определение целей, результатов и критериев оценки успешности проекта.</td><td>Б) Управление проектом по временным параметрам.</td></tr><tr><td>3. Определение требуемых товаров и услуг, потенциальных поставщиков.</td><td>В) Управление контрактами.</td></tr></table> <div>Ответы: 1_, 2_, 3_, 4_.</div> | 1. Контроль изменений календарного плана проекта. | А) Управление предметной областью. | 2. Определение целей, результатов и критериев оценки успешности проекта. | Б) Управление проектом по временным параметрам. | 3. Определение требуемых товаров и услуг, потенциальных поставщиков. | В) Управление контрактами. | ОПК-4.У.1 ОПК-4.В.1 | | |
| 1. Контроль изменений календарного плана проекта. | А) Управление предметной областью. | | | | | | | | | |
| 2. Определение целей, результатов и критериев оценки успешности проекта. | Б) Управление проектом по временным параметрам. | | | | | | | | | |
| 3. Определение требуемых товаров и услуг, потенциальных поставщиков. | В) Управление контрактами. | | | | | | | | | |
| 13. | <div>Прочитайте термины и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, выберите соответствующую позицию в правом столбце.</div> <div>Сопоставьте основные элементы управления проектами с их содержанием.</div> <table><tr><td>1. Ежедневное формирование продукта, немедленный поиск и исправление ошибок, поэтапная стабилизация</td><td>А) Гибкость производственного процесса.</td></tr><tr><td>2. Модуляризация по техническим характеристикам, функциям, подсистемам и объектам</td><td>Б) Возможность распределения продукта на части.</td></tr><tr><td>3. Развитие специфических</td><td>В) Ограничение</td></tr></table> | 1. Ежедневное формирование продукта, немедленный поиск и исправление ошибок, поэтапная стабилизация | А) Гибкость производственного процесса. | 2. Модуляризация по техническим характеристикам, функциям, подсистемам и объектам | Б) Возможность распределения продукта на части. | 3. Развитие специфических | В) Ограничение | ОПК-5.У.1 ОПК-5.В.1 | | |
| 1. Ежедневное формирование продукта, немедленный поиск и исправление ошибок, поэтапная стабилизация | А) Гибкость производственного процесса. | | | | | | | | | |
| 2. Модуляризация по техническим характеристикам, функциям, подсистемам и объектам | Б) Возможность распределения продукта на части. | | | | | | | | | |
| 3. Развитие специфических | В) Ограничение | | | | | | | | | |

| | | | | |
|-----|--|---|--|------------------------|
| | свойств продукта, планирование резервов времени внутри проекта | масштаба проекта. | | |
| | 4. Четкое определение продукта, ограничения по времени и персоналу | Г) Небольшое количество жестких правил. | | |
| 14. | <i>Прочитайте текст и установите алгоритм в правильном порядке воронки маркетинговых коммуникаций и эффектов в проектной деятельности. Запишите соответствующую последовательность цифр.</i> 1 Пробные покупки 2 Формирование у ЦА ассоциаций бренда с новой категорией продуктов 3 Повторные покупки и лояльность бренду 4 Формирование спроса у ЦА на новую категорию продуктов 5 Формирование спроса на бренд и лояльности | | | ОПК-5.У.1 ОПК-5.В.1 |
| 15. | <i>Прочитайте текст и установите последовательность разработки рекламного послания в проектной деятельности. Запишите соответствующую последовательность цифр.</i> 1 Однозначное преимущество - Single- Minded Benefits 2 Аргументы - Reasons to Believe 3 Цели - Objectives 4 Инсайт о потребительской мотивации - Consumer Insights | | | ОПК-4.У.1 ОПК-4.В.1 |
| 16. | <i>Прочитайте текст и составьте последовательность алгоритма воронки целей и эффектов. Запишите соответствующую последовательность цифр.</i> 1 Положительно относятся 2 Покупают впервые 3 Осведомлены 4 Желают купить 5 Покупают повторно | | | ОПК-2.3.1 ОПК-2.В.1 |

Система оценивания тестовых заданий:

1 тип) Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.

2 тип) Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

3 тип) Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца). Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов

4 тип) Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

5 тип) Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте. Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

| № п/п | Перечень контрольных работ |
|-------|----------------------------|
| | Не предусмотрено |

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью учебной дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» является изучение процесса и технологий проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации рекламных и PR-проектов.

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

- изучение терминологического поля изучаемого профиля;
- краткий экскурс в эволюцию развития системы управления проектами в рекламе и PR;
- рассмотрение основных проблем изучаемой области в конкретном разделе;
- объединение смежных дисциплинарных понятий рассматриваемого раздела дисциплины.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме прослушанной лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

Требования к проведению семинаров

В ходе подготовки к семинару обучающийся должен изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, проанализировать научные статьи и дополнительные медиа материалы по теме. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Студентам предлагаются задания, направленные на обобщение полученных теоретических знаний при решении реальных исследовательских задач. Вместе с тем задания могут быть представлены в формате теоретических иллюстраций, требующих глубокого осмысления со стороны студентов, или реальных примеров и ситуаций, решаемых и моделируемых совместно с преподавателем. Многие задания являются

комбинированными и включают в себя сразу несколько видов работ. Как правило, для их выполнения важны не только полученные знания, но и субъективные особенности креативного мышления студентов. Некоторые задания требуют самостоятельности со стороны обучающихся, что способствует развитию дополнительных навыков в рамках освоения данной дисциплины.

Практические занятия выполняются в нескольких форматах, а именно проведение групповой дискуссии, семинара, кейса и деловой игры.

Деловая игра позволяет симитировать рабочий процесс, провести его моделирование. Студенты получают задание от преподавателя и должны постараться создать упрощенное воспроизведение реальной производственной ситуации в области маркетинга на определенную тематику. Перед студентами деловой игры ставятся задачи, например, выполнение индивидуального плана продаж, вывод нового продукта на рынок, открытие магазинов в регионах и другие.

Применение деловых игр позволяет отработать профессиональные навыки студентов и дает возможность оценить:

- уровень владения этими навыками;
- особенности мыслительных процессов (стратегическое, тактическое, аналитическое мышление, умение прогнозировать ситуацию, умение принимать решения и пр.);
- уровень коммуникативных навыков;
- личностные качества участников.

Групповая дискуссия позволяет создать совместное обсуждение какого-либо спорного вопроса на заданную тематику, позволяющее прояснить (возможно, изменить) мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения.

Проведение семинара заключается в том, что студенты заранее получают тематику предстоящего занятия и готовятся к нему самостоятельно, а на самом практическом занятии вместе с преподавателем обсуждают данную тему. Каждый студент учится грамотно излагать свои мысли, бороться с психологическим барьером публичных выступлений.

Применение кейсов означает применение деловой игры в миниатюре, поскольку это сочетает в себе профессиональную деятельность с игровой. Сущность проведения данного практического занятия в таком формате состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микро-проблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений.

Один из распространенных способов интенсивного обучения – игровое проектирование. Его цель – процесс создания или совершенствования проектов в игровом режиме. Для осуществления этой технологии участников занятия разбивают на группы, каждая из которых занимается разработкой своего проекта. Тему для разработки проекта обучаемые в основном выбирают самостоятельно.

Ситуационные задачи — это задачи, которые позволяют ученику осваивать интеллектуальные операции последовательно в процессе работы с информацией: ознакомление — понимание — применение — анализ — синтез — оценка. Таким образом, в основе ресурсов повышения качества образования лежит психологический закон усвоения знаний — знания формируются в сознании субъекта учения не до, а в процессе применения их на практике. Отличительная особенность ситуационных задач заключается в том, что она имеет ярко выраженную практическую направленность, но для её решения необходимы предметные, надпредметные и метапредметные знания.

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;

Самостоятельная работа заключается в подготовке итогового задания по дисциплине «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», а также выполнения домашних заданий.

Итоговое задание заключается в разработке и реализации стратегии PR-проекта в период кризиса. Работа выполняется в группах. Компании для выполнения задания согласовываются и утверждаются с преподавателем.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Контроль текущей успеваемости осуществляется преподавателем посредством оценивания основных компонентов учебного процесса: мотивации студента, его активности при решении практических задач, своевременное прохождение контрольных мероприятий, степень усвоения им теоретических знаний самостоятельно, уровень овладения практическими умениями и навыками во всех видах учебной деятельности, его способность к самостоятельной исследовательской работе.

В случае невыполнения и/или неуспешной сдачи итогового проекта (или отсутствия 3 и более выполненных домашних работ) обучающийся при успешном прохождении промежуточной аттестации в форме экзамена, не может получить аттестационную оценку выше «хорошо».

В случае невыполнения и/или неуспешной сдачи итогового проекта и отсутствия 3 и более выполненных домашних работ обучающийся при удовлетворительном прохождении промежуточной аттестации в форме экзамена, не может получить аттестационную оценку выше «удовлетворительно».

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

– Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

| Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения | Содержание изменений и дополнений | Дата и № протокола заседания кафедры | Подпись зав. кафедрой |
|---|-----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |