



Министерство науки и высшего образования РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»
Кафедра журналистики и медиаменеджмента

Директор ИФИАМ ИГУ М.Б. Ташлыкova
«18» февраля 2020 г.



Рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.О.03. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

Направление подготовки **42.03.02 Журналистика**

Направленность (профиль) подготовки:

Журналистика и новые медиа

Квалификация (степень) выпускника **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Согласовано с УМК факультета
филологии и журналистики ИФИАМ ИГУ
Протокол № 9 от «18» февраля 2020 г.
Председатель _____ Михалева О.Л.

Рекомендовано кафедрой
журналистики и медиаменеджмента:
Протокол № 5
от «26» декабря 2019 г.
Зав. кафедрой
А.В. Гимельштейн _____

Иркутск 2020 г.

Содержание

	стр.
1. Цели и задачи дисциплины (модуля)	3
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО	3
3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	3
4. Содержание и структура дисциплины (модуля)	5
4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	5
4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	6
4.3. Содержание учебного материала	9
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий, лабораторных работ	9
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)	10
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	10
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)	11
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):	11
а) основная литература;	11
б) дополнительная литература;	11
в) периодические издания;	12
г) список авторских методических разработок;	12
д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.	12
6. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
6.1. Учебно-лабораторное оборудование;	12
6.2. Программное обеспечение;	13
6.3. Технические и электронные средства	14
7. Образовательные технологии	14
8. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	15

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ):

Цель дисциплины «Управление проектами» - знакомство с концептуальными основами системного взгляда на управление проектами; освоение современных технологий управления проектами; приобретение практических навыков управления проектами в области технологии, проектирования и автоматизации машиностроительных процессов.

Задачи дисциплины:

- изучение современных технологий и инструментов управления проектами;
- формирование умения самостоятельной разработки бизнес - плана, устава проекта, плана управления проектом;
- формирование навыков работы в проектной команде;
- формирование навыков управления проектной командой.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина Б1.О.3 «Управление проектами» относится к обязательной части учебной программы программы. Изучается студентами 2 курса (4 семестр). В процессе изучения дисциплины студент расширяет и углубляет следующие компетенции:

- Способность участвовать в постановке целей проекта (программы), его задач при заданных критериях, целевых функциях, ограничениях, разработке структуры их взаимосвязей, определении приоритетов решения задач с учетом правовых и нравственных аспектов профессиональной деятельности;

- Способность организовывать работы малых коллективов исполнителей, планировать работу персонала и фондов оплаты труда, принимать управленческие решения на основе экономических расчетов ;

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами, развивающими необходимые обще-гуманитарные и социально-экономические знания, умения и компетенции: «Экономика», «Современные информационные технологии».

2.3. Дисциплина «Управление проектами» необходима для изучения следующих дисциплин: «Профессионально-творческий практикум», «Экономика и менеджмент средств массовой информации», «Основы медиамаркетинга». Практическое применение полученных в ходе изучения дисциплины знаний предполагается в процессе прохождения производственной практики, а также при подготовке выпускной квалификационной работы.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки 42.03.02 Журналистика: УК-2

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения
--------------------	--	----------------------------

<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИДК-1 Определяет, в рамках поставленной цели проекта, совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение.</p> <p>ИДК-2 Выбирает оптимальные способы решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся ресурсы и ограничения.</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные теоретические положения по организации проектной деятельности; - правовые нормы достижения поставленной цели в сфере реализации проекта <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать задачи в соответствии с целью проекта, определять ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели; - оценивать вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач; - определять ожидаемые результаты решения поставленных задач; - представлять результаты проекта, предлагать возможности их использования; <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методиками разработки цели и задач проекта; - методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; - навыками работы с нормативно-правовой документацией в профессиональной деятельности; - навыками проведения презентации (защиты) проекта.
---	--	--

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа,
в том числе _____ зачетных единиц, _____ часов на экзамен *(при наличии)*

Форма промежуточной аттестации: зачет
(экзамен, зачет, зачет с оценкой)

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации <i>(по семестрам)</i>
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1	Определение проекта и проектной деятельности		2			15	Устный опрос
2	Отличительные черты проекта		2			15	Кейс, обсуждение проблем ведения проектной работы
3	Продвижение проектов			2		15	Самостоятельная работа
4	Финансово-экономическая модель в проектной деятельности			2		15	Разработка финансовой модели проекта
Промежуточная аттестация							Зачет

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
Итого часов			4	4		60	4

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
4	Определение проекта и проектной деятельности	Изучение литературы	2-3 нед.	10	Устный опрос	Рассел Л. Акофф, Джейсон Магидсон, Герберт Дж. Эдиссон. Идеализированное проектирование. Как предотвратить завтрашний кризис сегодня. Электронный ресурс. 290 с. Драгон З. Набор инструментов для управления проектами. Электронный ресурс. 313 с.
4	Отличительные черты проекта	Изучение литературы, изучение кейсов	2-3 нед.	10	Кейс, обсуждение проблем ведения проектной работы	То же
4	Продвижение проектов	Изучение литературы, подготовка к самостоятельной работе	2-3 нед.	10	Самостоятельная работа	То же
4	Финансово-экономическая модель в проектной деятельности	Разработка финансовой модели проекта	3-4 нед.	10	Разработка финансовой модели проекта	То же
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				40		

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				40		

4.3 Содержание учебного материала

Тема 1: Определение проекта и проектной деятельности.

Особенности проектной деятельности. **Проект** – это последовательность взаимосвязанных событий, которые происходят в течение установленного ограниченного периода времени и направлены на достижение неповторимого, но в то же время определенного результата.

Отличие проекта от других видов деятельности. Формулирование целей проекта. Отличие цели от миссии. Работа со стейкхолдерами проекта: команда, организаторы, поставщики, СМИ, общественные организации, инвесторы, спонсоры, благотворители.

Тема 2: Отличительные черты проекта.

Срок, ограниченность ресурсов, результативность. Признаки проекта: наличие конкретной, четко определенной цели (результата); уникальность проекта; разовый характер; ограниченность проекта по времени; ограниченность ресурсов. Мотивация сотрудников в проектной деятельности. Типы мотивации людей: материальщик, достиженец, процессник, социальник, идейщик.

Тема 3: Продвижение проектов.

Концепции 4P, 8P. Модель RACE.

RACE – коммуникационный комплекс, формализованная и признанная в мировой практике система, которая широко используется как для планирования, так и для оценки проектов.

R – Research (исследование: анализ и постановка задачи)

A – Action (действие: разработка программы и сметы)

C – Communication (общение: осуществление программы информационно-коммуникативными средствами)

E – Evaluation (оценка: определение результатов и внесение корректив в программу)

Основная задача исследовательского этапа кампании – определение целевых аудиторий, их отношения к конкретной личности, организации, товару или услуге, а также характера источника информации, через которые можно было бы достичь желаемого отношения и поступка.

На этапе «действия» готовится концепция проекта, определяется типология и перечень ключевых акции, принципы осуществления политики продвижения, разрабатывается поэтапный рабочий план реализации проекта.

На коммуникативном этапе происходит осуществление намеченных действий в направлении влияния на определенные ранее целевые группы. Эта работа сопровождается регулярным мониторингом ситуации, динамичным реагированием на ее изменение.

По итогам каждого этапа осуществляется оценка проделанной работы на предмет ее соответствия желаемым изменениям. Проводится коррекция стратегии, а по завершении всей кампании проводится готовится аналитическая справка о ее эффективности и разрабатываются рекомендации на перспективу.

Концепция 4P – комплекс связей с общественностью, использование которого позволяет предприятию наилучшим образом удовлетворять потребности целевых групп и адаптироваться к возможным изменениям окружающей среды.

Формула **4P** такова:

Product

Price

Place

Promotion

Это понятие характеризует основные компоненты для успешного продвижения товара или услуги.

В 1981 г. к уже существующим 4Р специально для индустрии услуг было добавлено еще четыре:

People – люди: персонал, поведение, обучение, преданность.

Physical evidence – вещественные доказательства: условия, в которых проходит обслуживание потребителей, внешний вид помещения, интерьер, элементы отрицательного воздействия на потребителя, например, уровень шума.

Process – процесс: различные процедуры маркетинга как непрерывный процесс, эффективная политика поведения фирмы в обществе и т. п.

Perception – восприятие: репутация фирмы и отношение к ней потребителей.

Введение данного Р было предложено Н. Хартом, профессором из Великобритании, в качестве развития PR. Существует мнение, что с этого момента началось развитие PR как вида деятельности и учебной дисциплины.

Тема 4: Финансово-экономическая модель в проектной деятельности.

Разработка финансово-экономической модели разрабатываемого проекта в Excel. **Финансово-экономическая модель** – это способ воспроизведения реальных экономических процессов (движение денежных средств, материальные потоки ресурсов, сбыт продукции, погашение кредита и т.д.) в виде математических динамических связей. Для удобства работы модели формируются в компьютерных программах (в Excel, ERP-системах или более сложных программных модулях). Правила содержания финансово-экономической модели.

Фандрайзинг. Технологии поиска спонсоров для проекта.

IV.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
3	3	Продвижение проектов	2	Самостоятельная работа	УК-2
4	4	Финансово-экономическая модель в проектной деятельности. Фандрайзинг	2	Разработка финансовой модели проекта	УК-2

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Определение проекта и проектной деятельности	Изучение литературы	УК-2	ИДК УК-2.1
2	Отличительные черты проекта	Изучение литературы, изучение кейсов	УК-2	ИДК УК-2.1

3	Продвижение проектов	Изучение литературы, подготовка к самостоятельной работе	УК-2	ИДК УК-2.2
4	Финансово-экономическая модель в проектной деятельности	Разработка финансовой модели проекта. Разработка спонсорского предложения для потенциальных партнеров.	УК-2	ИДК УК-2.1 ИДК УК-2.2

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Учебным планом предусмотрено 40 часов, отведенных на самостоятельную работу по дисциплине. Для успешного овладения материалом занятий предусмотрен еженедельный контроль, основанный на устных опросах, письменных работах и обсуждении задач в команде. Используются следующие виды работы:

В течение семестра предусмотрено четыре устных опроса, две самостоятельных работы, два устных выступления по теме, защита итоговой работы. Зачет ставится по итогам самостоятельных работ и итоговой работы, также учитываются устные выступления и участие в опросах и обсуждениях.

Также методические рекомендации по организации самостоятельной работы имеются в свободном доступе для каждого обучающегося, в ЭЛИОС ФГБОУ ВО «ИГУ». Образовательный портал «BELCA» <http://belca.isu.ru> («Baikal E-Learning CAmpus»).

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии) курсовые работы не предусмотрены.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) федеральные законы и нормативные документы (при наличии):

1. О рекламе: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ // Российская газета. 2006. 15 марта.

2. О средствах массовой информации: Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124- Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 28.07.2012). (С изм. и доп., вступившими в силу с 01.09.2012).

б) основная литература:

Рассел Л. Акофф, Джейсон Магидсон, Герберт Дж. Эдиссон. Идеализированное проектирование. Как предотвратить завтрашний кризис сегодня. Электронный ресурс. 290 с.

Драгон З. Набор инструментов для управления проектами. Электронный ресурс. 313 с.
Добосова Л.Г. Медиарелейшинз: как работать со СМИ. Курс лекций. Иркутск: ИГУ, 2014. 100 с.

Скрацук В. Булатова С. Байкальское движение: управление коммуникациями в ходе протеста против строительства нефтепровода по берегу Байкала весной 2006 г. Учебное пособие. Иркутск: ИГУ, 2017. 134с.

PR, реклама, маркетинг. Словарь–справочник. Иркутск: ИГУ. 2013. 320 с

Мединский В. Р. Особенности национального пиара. Правдивая история Руси от Рюрика до Петра. М.: ЗАО «ОЛМА МЕДИА ГРУПП», 2010. 624 с.

Связи с общественностью. Составление документов/ под ред. Минаевой Л.В. Учебное пособие. М.: Аспект-пресс, 2012. 320 с.

Чумиков А. Н. Связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. М.: Дело, 2010. 547 с.

в) дополнительная литература

Булатова С.Н. Современная медиакультура: учебное пособие / С.Н. Булатова, А.В. Петров, В.А. Рыжкович. Иркутск: ИГУ, 2014. 168с.

Гундарин М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейшнз : учеб. пособие для вузов / М. В. Гундарин. М.: ФОРУМ и др., 2007. 334 с.

Котлер Ф и др.. Маркетинг мест. С-П.: Стокгольмская школа экономики, 2005 373 с.

Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. М.: Дашков и К, 2007. 329 с.

г) периодические издания

Рекламные и корпоративные СМИ России и Иркутской области.

д) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Электронная библиотека «Труды ученых ИГУ» (<http://ellib.library.isu.ru>).

3. Электронные библиотечные системы. Научная библиотека им. В.Г.Распутина Иркутского государственного университета. Образовательные ресурсы НБ ИГУ:

[ЭЧЗ «БиблиоТех»](#)

[ЭБС «Издательство «Лань»](#)

[ЭБС «Руконт»](#)

[ЭБС «Айбукс»](#)

[ЭБС «ЮРАЙТ»](#)

[ИС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»](#)

4.Библиотека Единого окна доступа к образовательным ресурсам – <http://window.edu.ru/library>

5. <http://www.irklib.ru> Интернет-ресурсы Иркутской областной научной публичной библиотеки им. И.И.Молчанова-Сибирского.

6. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова <http://www.mediascope.ru>

7. Интернет-ресурсы Научной библиотеки ФГБОУ ВО «ИГУ». <http://library.isu.ru/ru/resources/internet/index.html>

library.isu.ru – Научная библиотека имени В.Г.Распутина Иркутского государственного университета.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Освоение дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз в средствах массовой информации» предполагает использование учебно-лабораторного оборудования в зависимости от вида занятий:

1. Стандартная лекционная аудитория для потока студентов (3 группы) со стандартным набором мебели, аудиторного и мультимедийного оборудования.

2. Мультимедийная аудитория для практических занятий группы бакалавров с проекционным оборудованием – при необходимости сопровождать доклады и выступления презентациями. Мультимедийный класс с проекционным оборудованием – при необходимости сопровождать доклады и выступления презентациями. Оборудован: *специализированной* (учебной) мебелью, доской меловой, кафедрой для выступления, проекционным экраном. Системный блок Альфа-775, Монитор Samsung Sync Master 943N, проектор Optoma X 312.

3. Компьютерный класс и средства телекоммуникации (выход в Интернет, электронная почта, социальные сети и пр.) – для проведения практических занятий, на которых предусмотрено в реальном режиме анализировать электронные версии СМИ и работать с электронными системами и базами.

Используются дополнительные материалы: статьи, номера газет и журналов изучаемого периода для конкретизации тематики занятий.

6.2. Программное обеспечение:

Используется набор компьютерных программ и выход в интернет.

1. **«Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 1 year Educational Renewal License».** – Форус Контракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. KES. Счет № РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц. №1В08161103014721370444.
2. **OFFICE 2007 Suite.** Лицензия № 43364238.
3. **Drupal 7.5.4.** Условия правообладателя (Лицензия GPL-2.0 - ware free). Условия использования по ссылке: https://www.drupal.org/project/terms_of_use. Обеспечивает работу портала электронного портфолио студентов и аспирантов ИГУ <http://eportfolio.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
4. **Moodle 3.2.1.** – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
5. **Google Chrome 54.0.2840.** Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome/ Срок действия: бессрочно.
6. **Google Hangouts** Браузер – Условия правообладателя/ Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Hangouts Срок действия: бессрочно.
7. **Mozilla Firefox 50.0.** Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.
8. **Opera 41. Браузер** – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.
9. **Media player home classic.** Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для операционной системы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNU GPL - ware free). Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic. Срок действия: бессрочно.
10. **AIMP.** Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз в средствах массовой информации» предусмотрено включение в лекционный материал и в студенческих работах на практических занятиях сопроводительных тематических презентаций. Предполагается использование следующих технических и электронных средств. 1. В мультимедийной аудитории: системный блок Альфа-775, Монитор Samsung Sync Master 943N, проектор Optoma X 312. 2. Компьютерный класс и средства телекоммуникации (выход в Интернет, электронная почта, социальные сети и пр.).

Также предусмотрено использование Электронной образовательной среды университета. Организация электронной информационно-образовательной среды включает в себя:

1. Официальный сайт ИГУ: <http://isu.ru/ru/index.html>
2. Образовательный портал «BELCA» <http://belca.isu.ru> («Baikal E-Learning CAmpus») функционирует на платформе СДО «Moodle», представляет собой информационную систему

создания, редактирования, управления и хранения электронных образовательных ресурсов. ПО: Moodle - Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment (модульная объектно-ориентированная динамическая обучающая среда) – система управления дистанционным обучением. Свободное (распространяющееся по лицензии GNU GPL) веб-приложение.

3. Портал «Web-portfolio студентов и аспирантов ИГУ» <http://eportfolio.isu.ru/>

(информационная база данных, включающая автоматизированную информационную систему обработки информации). ПО: Drupal 7.5.4 - CMS, является свободным программным обеспечением, защищённым лицензией GPL/.

Необходимые учебные материалы курса, задания, методические рекомендации по организации самостоятельной работы по курсу «Регионоведение Сибири» имеются в свободном доступе для каждого обучающегося, в ЭЛИОС ФГБОУ ВО «ИГУ». Образовательный портал «BELCA» <http://belca.isu.ru> («Baikal E-Learning CAmpus»).

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Дисциплина «Управление проектами» состоит из лекционных и практических занятий. При реализации компетентного подхода в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» к освоению учебной программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии. Аудиторные занятия проводятся в виде лекционных и практических занятий. Не менее 40% занятий проходят в интерактивной форме. Теоретический материал дополняется примерами из материалов опыта реализации проектов автором программы. Предусмотрены следующие виды образовательных технологий: мультимедиа, приглашение экспертов по текущим темам, работа над кейсами в команде.

Большое внимание уделяется вопросам организации самостоятельной работы студентов.

Освоение обучающимися дисциплины «Управление проектами» предполагает использование как традиционных, так и инновационных образовательных технологий, а также их сочетания. Среди оценочных средств курса – опросы, устные выступления, доклады.

Практикуется подготовка студентами презентаций по текущим темам. В конце изучения курса предусмотрен зачет.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Отличительные черты проекта	Практ.	Кейс, обсуждение проблем ведения проектной работы	2
2	Финансово-экономическая модель в проектной деятельности	Практ.	Разработка финансово-экономической модели	2
Итого часов				8

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства (ОС):

1.1. Оценочные средства для входного контроля.

Опрос студентов для получения представления об их текущих знаниях по дисциплине. Устные выступления-презентации по текущим темам. Разработка ответов на кейсы (командная работа).

1.2. Оценочные средства текущего контроля формируются в соответствии с ЛНА (локальный нормативный акт) университета и предназначены для выявления сформированности необходимых компетенций.

Деловая игра на умение принимать решение «Сердце»

Описание игры

Цель: Развитие способностей выхода из конфликтной ситуации на основе корректного разрешения конфликта, а также иллюстрация представленных стратегий.

Инструкция: Представим себе больницу, которая специализируется на пересадке донорских сердец. Неожиданно в больницу поступает донорское сердце. На очереди находятся шесть человек:

- пожилой профессор, занимающийся разработкой вакцины против ВИЧ-СПИД, работа которого близка к завершению;
- 22-летняя беременная девушка, подающая большие надежды в архитектурной науке
- молодая, симпатичная женщина, которая пользуется исключительной любовью со стороны сотрудников. В прошлом спасла человека, попавшего в полынью.
- врач-кардиолог, работающий в той же больнице,
- учительница математики, мать двоих детей, муж недавно погиб в автомобильной катастрофе;
- девочка 12 лет, гениальная скрипачка.

Группой студенты должны прийти к одному решению: кому жить из пациентов. Когда время истечет, один человек от каждой группы расскажет, кого из пациентов вы выбрали, а тех, кого вы не выберете, расположите в приоритетном порядке. Если во время операции поступит еще одно донорское сердце, кому оно достанется в первую очередь, и остальные возможные сердца: во вторую, в третью очередь и т.д.

Деловая игра на переговоры «Золотые орехи»

Описание игры:

Для проведения игры группа разделяется на две команды с равным числом участников. Эти команды должны разойтись по разным помещениям и не иметь возможности общения друг с другом до начала игры. Членам команд запрещается обмениваться письменными описаниями ролей.

Членам каждой команды раздается описание одной из двух ролей. Время для ознакомления с ролью ограничивается преподавателем и устанавливается в пределах до 20 минут. Это время должно быть использовано для прочтения материала и обсуждения общей линии проведения переговоров с другой командой.

Для проведения переговоров каждая из команд должна выдвинуть по одному переговорщику. Эти переговорщики будут вести прямые устные переговоры друг с другом.

Команды также предупреждаются, что во время переговоров их представителей, члены команд не могут допускать никаких устных комментариев, давать переговорщикам уст-

ные указания или подсказывать.

При этом, однако, разрешается писать и передавать переговорщикам записки, которые они могут использовать при переговорах.

Любая из команд может обратиться к преподавателю с просьбой прервать переговоры и назначить нового переговорщика.

Переговоры проводятся в общей аудитории, куда собираются обе команды. Переговорщикам должен быть предоставлен стол для переговоров, установленный таким образом, чтобы он был виден всем участникам. Команды должны быть рассажены таким образом, чтобы исключить возможность устного общения во время переговоров (желательно за спинами своих переговорщиков). Обмен записками между командами также запрещается.

11.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме экзамена или зачета).

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Проект. Особенности проектной деятельности.
2. Цели и задачи проекта. Признаки проекта.
3. Продвижение проекта. Интегрированные коммуникации (пиар, реклама, маркетинг).
4. Разработка и организация PR-кампании проекта.
5. Стейкхолдеры проекта. Понятие референтной группы.
6. Нейминг как инструмент ИМК.
7. Специальное событие как проект. Ивент-менеджмент, его основные этапы.
8. Модель RACE.
9. Концепции 4P и 8P.
10. Фандрайзинг. Поиск спонсоров для проекта.
11. Спонсоринг, фандрайзинг, благотворительность. Отличительные черты.
12. Финансово-экономическая модель проекта.
13. Мотивации работы в команде на проектом.
14. Антикризисный менеджмент.
15. Проджект-менеджмент.

Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Устный опрос	Определение проекта и проектной деятельности	УК-2
2	Кейс, обсуждение	Отличительные черты проекта	УК-2
3	Самостоятельная работа	Продвижение проектов	УК-2
4	Разработка финансовой модели проекта	Финансово-экономическая модель в проектной деятельности	УК-2

Разработчики:



(подпись)

старший преподаватель
(занимаемая должность)

Л. Г. Добосова
(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению и профилю подготовки «Журналистика и новые медиа» Программа рассмотрена на заседании кафедры журналистики и медиаменеджмента 26 декабря 2019 г. Протокол № 5.

Зав. кафедрой _____


А. В. Гимельштейн

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.