

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна



В.В.Тулупов
22.05.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.36 Проектный менеджмент в массмедиа

1. Код и наименование специальности:

56.05.05.Военная журналистика

2. Направленность (профиль): Военная журналистика

3. Квалификация выпускника: Журналист

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: связей с общественностью, рекламы и дизайна

6. Составители программы: Курганова Е.Б., кандидат филологических наук, доцент

7. Рекомендована: протоколом НМС факультета журналистики № 8 от 18.05.2023

8. Учебный год: 2024/2025

Семестр: 6

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель курса:

формирование компетенций по разработке и продвижению коммуникационных проектов в медиасфере.

Задачи курса:

-знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области проектного менеджмента,

-формирование целостного представления о проектном менеджменте в медиасфере,
 -знакомство с функциональными обязанностями менеджера по проектам.

10. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Учебная дисциплина «Проектный менеджмент в массмедиа» относится к обязательной части рабочего учебного плана подготовки специалистов по специальности 56.05.05 Военная журналистика.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1	Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	Знать методики и принципы целеполагания Уметь формулировать конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определять дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений Владеть навыками формулировать конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определять дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений
		УК-2.2	Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО	Знать иерархическую структуру работ Уметь составлять иерархическую структуру работ, распределять по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использовать актуальное ПО Владеть навыками иерархической структуры работ, распределения по задачам финансовых и трудовых ресурсов, использования актуального ПО
		УК-2.3	Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта	Знать принципы бюджетирования и оценки эффективности проекта Уметь проектировать смету и бюджет проекта, оценивать эффективность результатов проекта Владеть навыками проектирования сметы и бюджета проекта, оценки эффективности результатов проекта
		УК-2.4	Составляет матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта	Знать принципы составления матрицы ответственности и матрицы коммуникаций проекта Уметь составлять матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта Владеть навыками составления

				матрицы ответственности и матрицы коммуникаций проекта
		УК-2.5	Использует гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами	Знать технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами Уметь использовать гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами Владеть навыками применения гибких технологий для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами
ОПК-4	Способен создавать благоприятное информационное поле вокруг деятельности своей организации или персоны; изучать и влиять на общественное мнение и поведение посредством организации эффективных коммуникаций, установления и поддержания многостороннего взаимодействия со средствами массовой информации и обществом	ОПК-4.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Владеть навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час (в соответствии с учебным планом) — 108 часов/ 3 ЗЕТ. Форма промежуточной аттестации – экзамен.

13. Трудоемкость по видам учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)			
	Всего	По семестрам		
		семестр		
Аудиторные занятия				
в том числе:				
лекции				
практические				
Самостоятельная работа				
Контроль				
Итого:				

13.1. Содержание дисциплины:

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
Лекции			
1	Ключевые понятия управления проектами в медиасфере	Ключевые понятия курса: «проект», «проектный менеджмент», «коммуникационный проект», «коммуникационный менеджмент». Элементы и характеристики проекта в целом, и коммуникационного проекта в частности. Профессиональные ассоциации в области управления проектами.	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417
2	История проектного менеджмента	Ключевые фигуры проектного менеджмента. Управление проектами в России. Тренды управления проектами. Основные подходы к проблеме управления коммуникациями в организации (ремесленная модель, модель "продавца", симметричная модель PR).	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417
3	Классификация коммуникационных проектов	Классификация коммуникационных проектов по 19 критериям: масштабу, уровню сложности, срокам реализации и т.д.	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417
4	Этапы разработки коммуникационного проекта. Ситуационный анализ	Этапы коммуникационного проекта. Начальный этап разработки проекта – ситуационный анализ. Ключевые составляющие ситуационного анализа. SWOT-анализ коммуникационного проекта: цель и задачи. Сервис SWOT-анализ online. Ярмарка идей коммуникационных проектов (учебных и практических).	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417
5	Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта	Формулирование цели проекта (требования к ней, методика целеполагания SMART). Определение целевых аудиторий проекта. Демографические и психографические характеристики ЦА. Определение контактных аудиторий проекта. Целевые и контактные аудитории проекта: задачи целевого воздействия.	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417
6	Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности	Выработка стратегии коммуникационного проекта (диалог, согласие, информирование и убеждение). Подготовка программы. Определение видов коммуникации, инструментов и каналов распространения информации. Оценка эффективности: качественные и количественные показатели.	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417

7	Управление конфликтами и кризисными ситуациями в рамках коммуникационного проекта	Природа конфликта в организации. Типы конфликтов. Уровни конфликтов в организации. Коммуникационные методы управления конфликтной ситуацией. Особенности кризисных коммуникаций. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Порождение и блокирование информации в условиях кризиса.	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417
Практические занятия			
1	Этапы разработки коммуникационного проекта. Ситуационный анализ	Этапы коммуникационного проекта. Начальный этап разработки проекта – ситуационный анализ. Ключевые составляющие ситуационного анализа. SWOT-анализ коммуникационного проекта: цель и задачи. Сервис SWOT-анализ online. Ярмарка идей коммуникационных проектов	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417
2	Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта	Формулирование цели проекта (требования к ней, методика целеполагания SMART). Определение целевых аудиторий проекта. Демографические и психографические характеристики ЦА. Определение контактных аудиторий проекта. Целевые и контактные аудитории проекта: задачи целевого воздействия.	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417
3	Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности	Выработка стратегии коммуникационного проекта (диалог, согласие, информирование и убеждение). Подготовка программы. Определение видов коммуникации, инструментов и каналов распространения информации. Оценка эффективности: качественные и количественные показатели.	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417
4	Управление конфликтами и кризисными ситуациями в рамках коммуникационного проекта	Природа конфликта в организации. Типы конфликтов. Уровни конфликтов в организации. Коммуникационные методы управления конфликтной ситуацией. Особенности кризисных коммуникаций. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Порождение и блокирование информации в условиях кризиса.	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Ключевые понятия управления проектами в медиасфере	2			2	4

2	История проектного менеджмента	2			2	4
3	Классификация коммуникационных проектов	2			4	6
4	Этапы разработки коммуникационного проекта. Ситуационный анализ	2	8		4	14
5	Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта	2	8		4	14
6	Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности	4	8		4	16
7	Управление конфликтами и кризисными ситуациями в рамках коммуникационного проекта	2	8		4	14
	Итого	16	32		24	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего военного журналиста. Самостоятельная работа должна быть системной и проходить в тесном контакте с преподавателем. Она предполагает максимальную заинтересованность студентов в усвоении дисциплины, их творческую инициативу, умение планировать личное время.

Систематизированные основы научных знаний по изучаемой дисциплине закладываются на занятиях, посещение которых обязательно для обучающихся. В ходе занятия они внимательно следят за ходом изложения материала, аккуратно ведут конспект. Конспектирование – одна из форм активной самостоятельной работы, требующая навыков и умений кратко, системно, последовательно и логично формулировать положения тем. Культура записи – важнейший фактор успешного и творческого овладения материалом по ключевым вопросам изучаемой дисциплины. Неясные моменты выясняются в конце занятия в отведенное на вопросы время. Рекомендуется в кратчайшие сроки после объяснения преподавателя проработать материал, а конспект дополнить и

откорректировать. Последующая работа над конспектом воспроизводит в памяти содержание теоретического материала, позволяет дополнить запись, выделить главное, творчески закрепить изученное в памяти.

Помимо конспектов при подготовке к практическим занятиям студенты должны обращаться к учебникам, учебным и методическим пособиям, указанным в пунктах 15 и 16. Для обеспечения полноценной самостоятельной работы студентов преподавателями кафедры были разработаны следующие учебные пособия «Связи с общественностью: теория и практика», «Реклама и связи с общественностью: Теория и практика», «Задачник по PR».

На практических занятиях практикуются экспресс-опросы студентов, проведение мозговых штурмов при решении кейсов и задач по курсу.

Основное внимание следует уделять выработке у студентов навыков при выполнении практических заданий: 1) в рамках внеаудиторной дидактической формы самостоятельной работы (поиск примеров реализованных способов управления коммуникационным пространством в сети Интернет для проведения их анализа, определения их типа); 2) внеаудиторной творческой формы (структурирование собственного коммуникационного проекта).

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Алексеева, Н. В. Управление проектами : учебно-методическое пособие. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021 — Часть 1 — 2021. — 74 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/171533
2.	Комарова В. В. Управление проектами : учебное пособие. — Хабаровск : ДВГУПС, 2020. — 158 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/179375
3.	Левушкина С. В. Управление проектами : учебное пособие — Ставрополь : СтГАУ, 2017. — 204 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/107226

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4.	Галюк А. Д. Управление проектами : учебное пособие — Екатеринбург , 2018. — 159 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/121388
5.	Троицкая Н. Н. Управление проектами : учебное пособие. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 82 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/175956

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Ресурсы Интернет
6.	Независимый журнал о PR– URL: http:// www. mediabitch. ru
7.	Сайт о творчестве – URL: http:// www.adme.ru
8.	ЭУМК «Проектный менеджмент»- URL: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

1	Задачник по PR: практикум / А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, Е.Ю.Красова, и др../ под ред. Щекиной И.А. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2020. - 146 с.
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.
3	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260.
4	Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Кварта, 2010. – 327 с.
5	Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 с.
6	Теория и практика рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / под ред. В. В. Тулупова ; Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2022. – 364 с.

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации программы применяется смешанное обучение – образовательный подход, совмещающий обучение с участием преподавателя (лицом к лицу) с онлайн-обучением и предполагающий элементы самостоятельного контроля учащимся времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с преподавателем и онлайн. Данный подход реализуется с помощью ЭУМК «Проектный менеджмент» <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417>. В ходе занятий с участием преподавателя используются информационно-коммуникационные технологии (лекция-презентация, выступления, доклады), групповые технологии (например,

при выполнении коммуникационного проекта в команде), игровые технологии (внедрение игрофицированных элементов в процесс обучения), кейс-технологии (ситуационные задачи и упражнения, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), игровое проектирование) и другие. Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Paskard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор (ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Раздел 1. Ключевые понятия управления проектами в медиасфере. Раздел 2. История проектного менеджмента Раздел 3. Классификация коммуникационных проектов. Раздел 5. Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	Тест

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор (ы) достижения компетенции	Оценочные средства
	контактных аудиторий проекта.			
2.	Раздел 4. Этапы разработки коммуникационного проекта. Ситуационный анализ. Раздел 5. Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта. Раздел 6. Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности		УК-2.2 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО	Контрольная работа
3.	Раздел 6. Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности		УК-2.3 Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта	Контрольная работа
4.	Раздел 4. Этапы разработки коммуникационного проекта. Ситуационный анализ. Раздел 5. Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта. Раздел 6. Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности		УК-2.4 Составляет матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта	Контрольная работа
5.	Раздел 7. Управление конфликтами и кризисными ситуациями в рамках коммуникационного проекта		УК-2.5 Использует гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами	Контрольная работа
6.	Раздел 4. Этапы разработки коммуникационного	ОПК-4 Способен создавать благоприятное	ОПК-4.2 Осуществляет свои	Контрольная работа

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор (ы) достижения компетенции	Оценочные средства
	проекта. Ситуационный анализ. Раздел 5. Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта. Раздел 6. Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности. Раздел 7. Управление конфликтами и кризисными ситуациями в рамках коммуникационного проекта	информационное поле вокруг деятельности своей организации или персоны; изучать и влиять на общественное мнение и поведение посредством организации эффективных коммуникаций, установления и поддержания многостороннего взаимодействия со средствами массовой информации и обществом	профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен				Перечень вопросов к экзамену Практическое задание

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

20.1.1 Тестовые задания

Примерные вопросы для тестирования

по дисциплине **Б1.О. 36 Проектный менеджмент в массмедиа**

Задание 1. Какая из перечисленных контактных аудиторий НЕ относится к внешним?

- а) управляющие;
- б) конкуренты;
- в) маркетинговые посредники;
- г) финансовые круги.

Задание 2. К каким контактным аудиториям организации относятся конкуренты?

- а) к внутренним контактным аудиториям;
- б) к ближайшим внешним контактным аудиториям;
- в) к удаленным внешним контактным аудиториям;
- г) конкуренты не являются контактной аудиторией организации.

Задание 3. Коммуникационная сеть – это:

- а) способ выстраивания коммуникационного взаимодействия с окружающими;

- б) степень раскрытия себя в коммуникации для других в целях получения ответной реакции;
- в) соединение определенным образом участвующих в коммуникационном процессе индивидов с помощью информационных потоков;**
- г) способ управления коммуникациями в организации.

Задание 4. Какой метод используется при определении сильных/слабых сторон, возможностей и угроз коммуникационного/медиапроекта?

- а) SMART;
- б) RACE;
- в) SWOT;**
- г) KPI.

Задание 5. Как называется короткая презентация проекта с целью привлечь внимание потенциального инвестора и получить шанс на вторую встречу?

- а) Idea питч;
- б) Elevator питч;**
- в) Funding питч;
- г) Custdev (Customer development).

Ситуационные задачи (мини-кейсы)

Задание 1. Пандемия коронавируса внесла существенные изменения во все сферы общественной жизни. Изменения коснулись и работы приёмной комиссии российских вузов. Уже не первый год приёмные комиссии осуществляют работу в непривычном режиме, подача документов ведётся через электронные системы. Важно восполнить живое общение абитуриентов с членами приёмной комиссии, ощущение атмосферы факультета и корпуса. В такой ситуации необходимым представляется осуществление программы SMM-сопровождения приёмной кампании вузов.

Составьте социально-демографический и психографический портреты ключевой внешней целевой аудитории проекта - абитуриентов.

ОТВЕТЫ

Задание 1. Целевые аудитории:

Географический признак: жители регионов РФ и ближнего зарубежья.

Социально-демографический признак: Мужчины: 13-17 (абитуриенты), 18-24 (студенты – выпускники бакалавриата).

Женщины: 13-17 (абитуриенты), 18-24 (студенты – выпускники бакалавриата).

Уровень образования: полное среднее (для абитуриентов бакалавриата); высшее (абитуриенты магистратуры).

Уровень доходов: низкий (абитуриенты бакалавриата); средний, имеют возможность подработки (абитуриенты магистратуры).

Психографический признак:

Ценности/жизненные позиции: обладать знаниями, умениями, реализовывать себя, иметь желаемый доход, получить специальность, наличие друзей. Жизненная позиция – максималистская.

Стиль жизни: максимум возможного при невысоком доходе: встречи с друзьями, вечеринки, доступные путешествия, посещения досуговых мероприятий (кинотеатр, игровой клуб), концерты, чтение учебной литературы, передвижение на общественном транспорте.

Факторы, определяющие мотивацию приобретения Т/У: необходимость, приобретение статуса, следование моде/стилю, соответствие группе общения.

Задание 2. 22 марта – Всемирный день водных ресурсов (День Воды). Ежегодно в эти даты проводится комплекс мероприятий для детей и молодёжи. Однако, из-за негативного развития эпидемиологической ситуации и усиления мер повышенной готовности в г. Москве и других регионах России, в 2020 г. менее чем за неделю до проведения запланированные мероприятия были отменены. В результате введения ограничительных мер мог образоваться информационный провал, что в условиях проведения самого главного праздника водных ресурсов, Дня Воды, было недопустимо. Для выхода из информационного кризиса Коммуникационным агентством АГТ в сжатые сроки был разработан коммуникационный проект по трансформации офлайн-активностей в онлайн.

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ Дети и молодёжь

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ Вовлечение целевых аудиторий в активности проекта «Вода России» в условиях жёсткого ограничения офлайн-активностей.

Задачи: • Перенастройка существующего инструментария информационной активности с офлайн на онлайн. • Активация онлайн-аудиторий проекта «Вода России». • Разработка продолжительных digital-активностей. • Инициирование информационных волн без привязки к конкретным информационным поводам. • Интеграция темы 75-летия Победы в активности. • Использование темы самоизоляции в активностях проекта.

Бюджет проекта ~ 1 430 000 руб.

Результаты: Охват аудитории более 800 000 просмотров

Взаимодействие с аудиторией более 36 000 лайков, репостов, комментариев

Вовлечение аудитории более 6 000 непосредственных участников

Переформулируйте цель представленного проекта по методике целеполагания SMART.

ОТВЕТЫ

Задание 2. Цель по методике SMART: вовлечение не менее 5 тыс. участников в активности проекта «Вода России» в условиях жёсткого ограничения офлайн-активностей за период реализации проекта

Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции (компетенциям).

20.1.2 Перечень заданий для контрольных работ

Пример заданий для контрольной работы

по дисциплине **Б1.О.36.Проектный менеджмент в массмедиа**

Индивидуальные/ групповые творческие задания/проекты:

1. Провести ситуационный анализ коммуникационного проекта (анализ рыночной, дистрибьюторской, конкурентной ситуации и ситуации на уровне макросреды).
2. Провести SWOT-анализ планирующегося к реализации коммуникационного проекта.
3. Определить цель с учетом методики SMART и задачи коммуникационной программы/проекта.
4. Определить ключевые контактные и целевые аудитории проекта и механизмы коммуникативного воздействия на них.

5. Выбрать коммуникативную стратегию для реализации медиапроекта.
6. Разработать коммуникационный проект.
7. Провести оценку эффективности коммуникационного проекта.

Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при текущей аттестации

Для оценивания результатов обучения в ходе текущей аттестации используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом дисциплины;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять теоретические знания на практике, решать практические задачи в области рекламы и СО.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
<p>Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области рекламы и СО.</p> <p>Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области рекламы и СО, но допускает при этом отдельные ошибки.</p> <p>Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не умеет применять теоретические знания для решения практических задач в области рекламы и СО.</p>	Повышенный, базовый и пороговый уровни	Отлично Хорошо Удовлетворительно
Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в области рекламы и СО	–	Неудовлетворительно

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседования по экзаменационным билетам

(наименование оценочного средства промежуточной аттестации)

20.2.1 Перечень вопросов к экзамену

№ п/п	Перечень вопросов
1	Базовые понятия курса («проект», «проектный менеджмент», «коммуникационный проект», «коммуникационный менеджмент»).
2	Элементы и характеристики проекта и коммуникационного проекта.
3	История проектного менеджмента за рубежом и в России. Тренды управления проектами.
4	Основные подходы к проблеме управления коммуникациями в организации (ремесленная модель, модель "продавца", симметричная модель PR).
4	Классификация коммуникационных проектов.
5	Этапы коммуникационного проекта. Начальный этап разработки проекта – ситуационный анализ. Ключевые составляющие ситуационного анализа.
6	SWOT-анализ коммуникационного проекта: цель и задачи. Сервис SWOT-анализ online.
7	Формулирование цели проекта (требования к ней, методика целеполагания SMART). Определение целевых аудиторий проекта. Демографические и психографические характеристики ЦА. Определение контактных аудиторий проекта.
8	Ближайшие, удаленные внешние и внутренние целевые и контактные аудитории проекта: задачи целевого воздействия.
9	Выработка стратегии коммуникационного проекта (диалог, согласие, информирование и убеждение).
10	Подготовка программы коммуникационного проекта. Определение видов коммуникации, инструментов и каналов распространения информации.
11	Оценка эффективности коммуникационного проекта: качественные и количественные показатели.
12	Природа конфликта в организации. Типы конфликтов. Уровни конфликтов в организации. Коммуникационные методы управления конфликтной ситуацией в рамках проекта.
13	Особенности кризисных коммуникаций. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Порождение и блокирование информации в условиях кризиса.
14	Конкретные примеры разрешения кризисных ситуаций с помощью инструментов коммуникационного менеджмента (примеры могут быть удачными и неудачными).

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины, осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Промежуточная аттестация может включать в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используется следующая шкала:

5 баллов ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;

4 балла ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;

3 балла ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускает значительные ошибки при решении практических задач;

2 балла ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям.

При сдаче экзамена:

оценка «отлично» – 5 баллов,

оценка «хорошо» – 4 балла,

оценка «удовлетворительно» – 3 балла,

оценка «неудовлетворительно» – 2 балла.

Программа рекомендована протоколом НМС факультета журналистики №8 от 18.05.2023