

**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 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1. В.01 Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 42.04.02 Журналистика
- 2. Профиль подготовки/специализация:** Бизнес-журналистика и корпоративные медиакоммуникации
- 3. Квалификация выпускника:** магистр
- 4. Форма обучения:** заочная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** связей с общественностью, рекламы и дизайна
- 6. Составители программы:** Сухоруких И.А., кандидат педагогических наук, доцент
- 7. Рекомендована:** Научно-методическим советом факультета журналистики 18.05.2023 г. протокол № 8

8. Учебный год: 2023/2024

Семестр: 2

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины являются:

– формирование компетенций по разработке и продвижению коммуникационных проектов в медиасфере.

Задачи учебной дисциплины:

-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 ООП:

Учебная дисциплина «Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана по направлению магистратуры 42.04.02 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.

			<p>Владеть навыками иерархической структуры работ, распределения по задачам финансовых и трудовых ресурсов, использования актуального ПО.</p>
		УК-2.3	<p>Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта</p> <p>Знать принципы бюджетирования и оценки эффективности проекта.</p> <p>Уметь проектировать смету и бюджет проекта, оценивать эффективность результатов проекта.</p> <p>Владеть навыками проектирования сметы и бюджета проекта, оценки эффективности результатов проекта</p>
		УК-2.4	<p>Составляет матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта</p> <p>Знать принципы составления матрицы ответственности и матрицы коммуникаций проекта.</p> <p>Уметь: составлять матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта.</p> <p>Владеть навыками составления матрицы ответственности и матрицы коммуникаций проекта</p>
		УК-2.5	<p>Использует гибкие Технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами</p> <p>Знать технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами.</p> <p>Уметь использовать гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами.</p> <p>Владеть навыками применения гибких технологий для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами</p>

ПК-3	способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта (в том числе научно-исследовательского) в сфере медиа	ПК-3.1	Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в медиасфере	<p>Знать методики анализ перспектив запуска проекта в медиасфере.</p> <p>Уметь проводить многофакторный анализ перспектив запуска проекта в медиасфере.</p> <p>Владеть навыками проведения многофакторного анализа за перспектив запуска проекта в медиасфере</p>
		ПК-3.2	Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач	<p>Знать компоненты концепции и приоритеты решения творческих задач.</p> <p>Уметь разрабатывать все компоненты концепции и выстраивать приоритеты решения творческих задач.</p> <p>Владеть навыками разработки всех компонентов концепции и выстраивания приоритетов решения творческих задач</p>
		ПК-3.3	Составляет план действий по реализации проекта	<p>Знать принципы планирования действий по реализации проекта.</p> <p>Уметь составляет план действий по реализации проекта.</p> <p>Владеть навыками составления плана действий по реализации проекта.</p>

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час – 108 часов/ 3 ЗЕТ.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

13. Трудоемкость по видам учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)		
	Всего	По семестрам	
		Курс 1 Сессия 2	Курс 1 Сессия 3
Аудиторные занятия	14	2	12
в том числе:			
лекции	8	2	6
практические	6		6
Самостоятельная работа	85	34	51
Контроль	9		9

Итого:	108	36	72	
--------	-----	----	----	--

13.1. Содержание дисциплины:

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
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.	Электронный курс: Сухоруких И.А. Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях / И.А. Сухоруких. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=24106
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).	Электронный курс: Сухоруких И.А. Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях / И.А. Сухоруких. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=24106
3	Классификация коммуникационных проектов	Классификация коммуникационных проектов по 19 критериям: масштабу, уровню сложности, срокам реализации и т. д.	Электронный курс: Сухоруких И.А. Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях / И.А. Сухоруких. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=24106

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).	Электронный курс: Сухоруких И.А. Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях / И.А. Сухоруких. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=24106
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.	Электронный курс: Сухоруких И.А. Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях / И.А. Сухоруких. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=24106
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.	Электронный курс: Сухоруких И.А. Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях / И.А. Сухоруких. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=24106
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	Электронный курс: Сухоруких И.А. Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях / И.А. Сухоруких. – Электронный университет ВГУ. –

		информации в условиях кризиса.	Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=24106
--	--	--------------------------------	--

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	1			12	13
2	История проектного менеджмента	1	1		12	14
3	Классификация коммуникационных проектов	1	1		12	14
4	Этапы разработки коммуникационного проекта. Ситуационный анализ	1	1		12	14
5	Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта	1	1		12	14
6	Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности	1	1		12	14
7	Управление конфликтами и кризисными ситуациями в рамках коммуникационного проекта	2	1		13	16
	Экзамен					9
	Итого	8	6		85	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего магистра журналистики. 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

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.	Электронный курс: Курганова Е. Б. Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях / Е. Б. Курганова. – Электронный университет ВГУ. – Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

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	Требования к выпускной квалификационной и курсовым работам на кафедре связей с общественностью: методические рекомендации/ под ред. проф. М. Е. Новичихиной и доц. Е.Е.Топильской. – Воронеж, 2013. – 40 с.

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

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная, обзорная и т. д.), семинарские занятия (проблемные, дискуссионные и т. д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т. д.

Электронный курс: Сухоруких И.А.

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 Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

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 Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

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 контактных аудиторий проекта.		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
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 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	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	Тест
6.	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	ПК-2 Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и	ПК-2.1 Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов	Защита проекта
9.	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	применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	ПК-2.4 Определяет потребности и интересы потенциальных клиентов	Защита проекта
Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен				Комплект КИМ

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.В.03 Проектный менеджмент в медиасфере

Задание 1. Дайте определение понятию “коммуникационный менеджмент”:

- процесс инициации, направления и контроля над коммуникациями;
- передача информации от одного субъекта другому;
- кодирование и декодирование информационных сообщений;
- налаживание двусторонней связи.

Задание 2. Подход “продавца” к управлению коммуникациями является:

- контролируемым односторонним движением;
- неконтролируемым двусторонним движением;
- контролируемым двусторонним движением;
- неконтролируемым односторонним движением.

Задание 3. Какая из перечисленных контактных аудиторий не относится к внешним?

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

Задание 4. Какая из предложенных коммуникационных стратегий не входит в “комплекс инструментов” менеджера по коммуникациям?

- а) диалоговая стратегия;
- б) стратегия внушения;
- в) стратегия информирования;
- г) стратегия достижения согласия.

Задание 5. Что из предложенного относится к незапланированным коммуникационным обращениям организации?

- а) взаимоотношения с общественностью;
- б) упаковка продукции;
- в) поведение обслуживающего персонала;
- г) спонсорство.

Задание 6. Какой из перечисленных коммуникационных каналов относится к наименее емким?

- а) физическое присутствие (контакт лицом к лицу);
- б) безличный статичный канал (отчеты, бюллетени);
- в) интерактивный канал (телефон, электронные средства связи);
- г) личный статичный канал (письма).

Задание 7. Что из предложенного относится к запланированным коммуникационным обращениям организации?

- а) поведение обслуживающего персонала;
- б) личные продажи;
- в) реакция на обращения клиентов;
- г) журналистские расследования.

Задание 8. Какая процедура считается самой сложной для измерения при проведении оценки эффективности коммуникационной политики?

- а) измерение отношений и предпочтений аудитории;
- б) измерение запоминания и удержания в памяти;
- в) измерение поведения;
- г) измерение понимания и осознания.

20.1.2 Перечень заданий для контрольных работ

Пример заданий для контрольной работы

по дисциплине Б1.В.01 Проектный менеджмент в корпоративных медиакоммуникациях

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 медиасфере.

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 медиасфере.</p> <p>Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в медиасфере, 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 медиасфере.</p>	Повышенный, базовый и пороговый уровни	Отлично Хорошо Удовлетворительно о
Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в медиасфере	–	Неудовлетворительно

Перечень тестовых заданий

"Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции (УК-2, ПК-3)".

Тестовые задания

ЗАДАНИЕ 1. Что такое мультимедийная журналистика?

- новости из мира мультипликации
- журналистика с инфографикой, на которой демонстрируется статистика
- **способ подачи информации, в котором используются разные медиа (текст, фото, видео, инфографика и т.д.)**
- подход в работе журналиста, в котором он пишет сразу для нескольких СМИ

ЗАДАНИЕ 2. Структурная декомпозиция работ (СДР) проекта – это ...

- **графическое изображение иерархической структуры всех работ проекта**
- направления и основные принципы осуществления проекта
- дерево ресурсов проекта
- организационная структура команды проекта

ЗАДАНИЕ 3. Каких видов проектного дедлайна НЕ бывает:

- Одноразовые
- Плановые
- **Регулярные**
- Срочные
- Поэтапные

ЗАДАНИЕ 4. В предпроектный анализ входит: (выберите 2 варианта ответа)

- **характеристика целевых групп проекта**
- **формулировка проблемы**
- временные рамки проекта
- целевые показатели и критерии успеха проекта

ЗАДАНИЕ 5. Коммуникационный бриф – это:

- документ, структура которого разработана Ассоциацией Коммуникационных Агентств России, его нельзя трансформировать;
- формальный документ, который можно не заполнять, если агентство выполняло ранее заказы клиента;
- **документ с универсальной структурой, которую каждое агентство адаптирует под себя;**
- аналог договора, если заказчик работает с индивидуальным предпринимателем

ЗАДАНИЕ 6. Стратегия проекта – это ...

- желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществления проекта в заданных условиях его выполнения
- **направления и основные принципы осуществления проекта**
- получение прибыли
- причина существования проекта

ЗАДАНИЕ 7. Концепция проекта ... (выберите 3 варианта ответа)

- **должна быть согласована ключевыми участниками проекта: заказчиком, инвестором, спонсором и др.**
- **обязательно содержит описание целей проекта, его основных параметров**
- **утверждается в завершении фазы инициации проекта**
- обязательно содержит сводный календарный план проектных работ
- обязательно должна быть оформлена в виде паспорта проекта
- обязательно должна содержать концепции по управлению коммуникациями, поставками и контрактами

ЗАДАНИЕ 8. Основной результат стадии разработки проекта:

- **сводный план осуществления проекта**
- концепция проекта
- достижение цели и получение ожидаемого результата проекта
- инженерная проектная документация

Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ЗАДАНИЕ 1. Информационное сообщение, освещающее мероприятие или событие, называется _____

Ответ: отчет

ЗАДАНИЕ 2. Принцип планирования, который говорит о том, что при разработке проекта и его реализации основное внимание должно уделяться первостепенным задачам, обусловленным общей концепцией стратегического развития, называется принцип _____.

Ответ: приоритетности

ЗАДАНИЕ 3. Полное проектное расписание, учитывающее сроки начала и окончания выполнения задач, длительность работ и ресурсную базу, необходимую для выполнения проекта, называется _____ планирование.

Ответ: календарное.

ЗАДАНИЕ 4. Разработанный комплекс действий, позволяющих целенаправленно и в установленные сроки получить определенный уникальный продукт или результат, называется.....?

Ответ: проект

ЗАДАНИЕ 5. Кто разработал технику календарного планирования с использованием горизонтальных диаграмм?

Ответ: Гантт

ЗАДАНИЕ 6. Расставьте в правильной последовательности этапы коммуникационного проекта:

- А. Реализация
- Б. Инициация
- В. Планирование
- Г. Закрытие

Ответ: Б, В, А, Г

ЗАДАНИЕ 7. Желаемый результат деятельности, достигаемый в итоге успешного осуществления проекта в заданных условиях его выполнения, называется _____.

Ответ: цель

ЗАДАНИЕ 8. _____ проекта – это стадия процесса управления проектом, включающая процессы ввода в эксплуатацию и принятия проекта заказчиком, документирования и анализа опыта реализации проекта.

Ответ: завершение

ЗАДАНИЕ 9. Методы SWOT-анализа используются для целей _____ планирования.

Ответ: стратегического

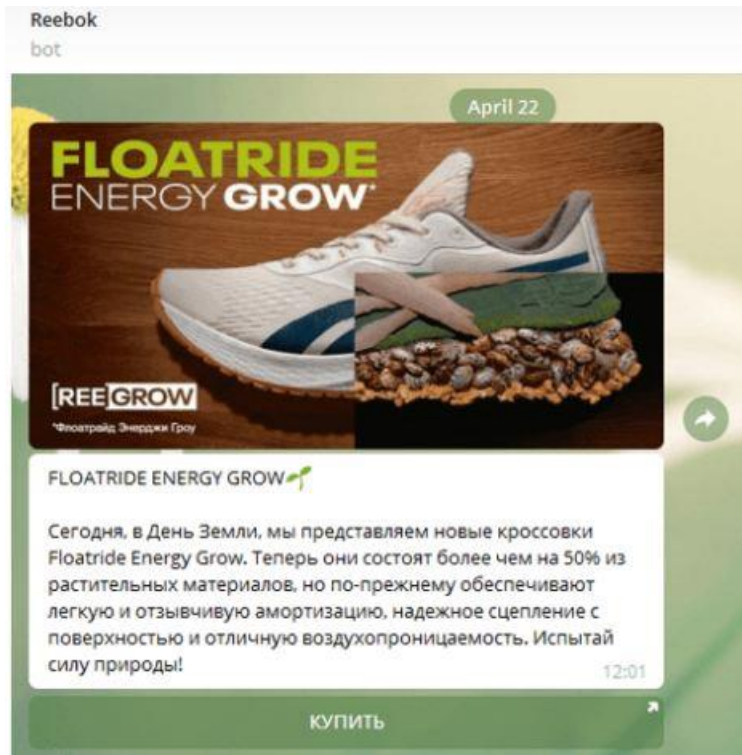
ЗАДАНИЕ 10. Основным принципом для функционирования временного сетевого виртуального офиса проекта является последовательное и эффективное использование информационных технологий и ...

Ответ: коммуникационных технологий

Ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ЗАДАНИЕ 1. Бренд Reebok ко Дню Земли представил новые кроссовки, которые более чем на 50% состоят из растительных материалов. Это подчеркнуло стремление компании быть эко-френдли. Ниже вы видите рассылку бренда о новинке в чат-боте Telegram.

К какому типу информационных поводов относится повод компании Reebok?



Ответ: **Календарные инфоповоды.** К ним относятся памятные даты, дни рождения, профессиональные праздники и планируемые события, например, открытие магазина, покупка нового оборудования, ребрендинг и так далее.

ЗАДАНИЕ 2. В ходе реализации проекта или его отдельных этапов могут возникнуть ситуации срыва сроков выполнения задач. Какие действия необходимо предпринять руководителю проекта на этапе планировании, чтобы избежать таких ситуаций?

Ответ: **правильно рассчитать сроки выполнения задач, не забыть сделать запас для различных непредвиденных ситуаций, форс-мажорных обстоятельств и сложностей, которые могут возникнуть.**

ЗАДАНИЕ 3. Работая над задачами проекта вы неожиданно понимаете, что не укладываетесь в оговоренные ранее сроки, тем самым ставите реализацию проекта под угрозу. Что надо предпринять в подобной ситуации? Опишите 2 варианта решения проблемы.

Ответ:

1) **Уменьшение объема работ.** Попросить заказчика переложить часть обязанностей на другого исполнителя, в результате чего уменьшится сумма оплаты за проделанную работу.

2) **Перенести дедлайн (или продлить сроки).** Заказчик дает исполнителю дополнительное время на решение его проблем и выполнение поставленной задачи.

ЗАДАНИЕ 4. Команда работает над лендингом проекта «Помогите детям найти маму и папу», который должен стимулировать аудиторию брать детей из детских домов. Стоит ли в публикациях делать акцент на том, как в лучшую сторону меняются условия содержания детей в детских домах?

Ответ: **нет, так как это не соответствует идеи проекта.**

ЗАДАНИЕ 5. Команда готовит проект о пенсионерах, которые нашли свое призвание после 65 лет. Один из членов команды предлагает создать чат-бот в «Телеграме» и добавить стикеры «с веселыми пенсионерами». Почему эту идею отменил руководитель?

Ответ: потому что это предложение не ориентировано на целевую аудиторию проекта.

ЗАДАНИЕ 6. Перед реализацией проекта сам исполнитель готовит бриф и дает его на утверждение заказчику. Правильный ли это алгоритм действий?

Ответ: Нет, это неправильно. Бриф помогает исполнителю познакомиться с желаниями заказчика и заполняется самим заказчиком.

ЗАДАНИЕ 7. Сформулируйте цель проекта по модели SMART, если общая цель проекта: «Я хочу развивать свой бизнес».

Ответ: цель должна быть конкретная, измеримая, достижимая, значимая, ограниченная временем.

Вариант цели по модели SMART: В течение трех месяцев я приобрету 5 новых клиентов для своего консалтингового бизнеса, запросив рекомендации и запустив рекламную кампанию в социальных сетях. Это позволит мне развивать свой бизнес и увеличивать мой доход.

ЗАДАНИЕ 8. Команда реализует социальный проект по повышению цифровой грамотности старшего поколения. Сформулируйте миссию проекта.

Ответ: Формула миссии: Миссия=помогать + кому? + в чем? + как? Вариант ответа: социализация и адаптация пожилых людей путем повышения их компьютерной грамотности. Неправильный вариант типа: помочь всем на земле; творить добро; вылечить всех больных и проч.

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) тестовые задания:

- средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа):
 - 1 балл – указан верный ответ;
 - 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.
- повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа (например, задания с коротким числовым или вычисляемым ответом)):
 - 2 балла – указан верный ответ;
 - 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

- средний уровень сложности:
 - 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован ход решения);
 - 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи;
 - 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

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 проектного 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.