

**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

16.12.2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.03 Проектный менеджмент в медиасфере

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 42.04.05 Медиакоммуникации
- 2. Профиль подготовки:** Массмедиа и контент-маркетинг
- 3. Квалификация выпускника:** магистр
- 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:** Научно-методическим советом факультета журналистики № 8 от 19.05.2022 г.

8. Учебный год: 2023/2024

Семестр: 3

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 медиасфере» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана по направлению магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации (программа «Массмедиа и контент-маркетинг») (магистратура). Учебная дисциплина «Проектный менеджмент в медиасфере» является необходимой для формирования у будущих специалистов в сфере медиакоммуникации навыков разработки, реализации медиапроектов и управления ими. Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин (Б1.О.02 Разработка и реализация коммуникационной стратегии, Б1.В.08 Создание медиапродукта).

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	Знать иерархическую структуру работ. Уметь составлять иерархическую

			задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО	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
ПК-2	Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов	ПК-2.1	Разрабатывает концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов	Знать концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов. Уметь разрабатывать концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов. Владеть навыками разработки концептуальных документов деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов
		ПК-2.4	Определяет потребности и интересы	Знать методы выявления потребностей и интересов потенциальных клиентов.

			потенциальных клиентов	Уметь определять потребности и интересы потенциальных клиентов. Владеть навыками определения потребностей и интересов потенциальных клиентов
--	--	--	------------------------	---

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		
		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
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	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru

		коммуникациями в организации (ремесленная модель, модель "продавца", симметричная модель PR).	u/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	ЭУМК «Проектный менеджмент» // https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417

	информации в условиях кризиса.	
--	--------------------------------	--

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			4	6
2	История проектного менеджмента	2			4	6
3	Классификация коммуникационных проектов	2			6	8
4	Этапы разработки коммуникационного проекта. Ситуационный анализ	2	4		8	14
5	Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта	2	4		8	14
6	Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности	2	4		8	14
7	Управление конфликтами и кризисными ситуациями в рамках коммуникационного проекта	2	2		6	10
	Итого	14	14		44	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего магистра в сфере медиакоммуникации. 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 «Медиакоммуникации в современном мире», «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 коммуникационных проектов 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 / 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	Медиакоммуникации в современном мире: Учеб. пособие для студентов вузов / Отв. ред. В. В. Тулупов. – Воронеж : Кварта, 2021. – 129 с.
4	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.
5	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.
6	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.

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: Курганова Е. Б. Проектный менеджмент / Е. Б. Курганова. – Электронный университет ВГУ. — Режим доступа:

<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 игрового похода 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 Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; 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 Acdm; 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 Acdm; 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.	<p>Раздел 1. Ключевые понятия управления проектами в медиасфере.</p> <p>Раздел 2. История проектного менеджмента.</p> <p>Раздел 3. Классификация коммуникационных проектов.</p> <p>Раздел 5. Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта.</p>		<p>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</p>	Тест
2.	<p>Раздел 4. Этапы разработки коммуникационного проекта. Ситуационный анализ.</p> <p>Раздел 5. Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта.</p> <p>Раздел 6. Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности</p>	<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>УК-2.2 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО</p>	Контрольная работа
3.	<p>Раздел 6. Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности</p>		<p>УК-2.3 Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта</p>	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 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	Контрольная работа
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	Контрольная работа
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. 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 ведется 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.В.03.Проектный менеджмент в медиасфере

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
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.	Повышенный, базовый и пороговый уровни	Отлично Хорошо Удовлетворительно

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. 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.		
Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в медиасфере	–	Неудовлетворительно

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.