

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  
18.04.2024

**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 № 7 от 18.04.2024

**8. Учебный год:** 2026/2027

**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<br>Уметь формулировать конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определять дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений<br>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<br>Уметь составлять иерархическую структуру работ, распределять по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использовать актуальное ПО<br>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<br>Уметь проектировать смету и бюджет проекта, оценивать эффективность результатов проекта<br>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<br>Уметь составлять матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта<br>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<br>Уметь использовать гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами<br>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<br>Уметь осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы<br>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      |  |  |
| <b>Аудиторные занятия</b>     |                     |              |  |  |
| в том числе:                  |                     |              |  |  |
| лекции                        |                     |              |  |  |
| практические                  |                     |              |  |  |
| <b>Самостоятельная работа</b> |                     |              |  |  |
| <b>Контроль</b>               |                     |              |  |  |
| <b>Итого:</b>                 |                     |              |  |  |

### 13.1. Содержание дисциплины:

| п/п           | Наименование раздела дисциплины  | Содержание раздела дисциплины   | Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК   |
|---------------|--|---|--|
| <b>Лекции</b> |  |   |  |
| 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» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |
| 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» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |
| 3             | Классификация коммуникационных проектов  | Классификация коммуникационных проектов по 19 критериям: масштабу, уровню сложности, срокам реализации и т.д.   | ЭУМК «Проектный менеджмент» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |
| 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» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |
| 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» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |
| 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» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |

|                             |  |   |  |
|-----------------------------|--|---|--|
| 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» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |
| <b>Практические занятия</b> |  |   |  |
| 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 (учебных и практических).                        | ЭУМК «Проектный менеджмент» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |
| 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» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |
| 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» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |
| 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» // <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a> |

### 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: <a href="https://e.lanbook.com/book/171533">https://e.lanbook.com/book/171533</a> |
| 2.    | Комарова В. В. Управление проектами : учебное пособие. — Хабаровск : ДВГУПС, 2020. — 158 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/179375">https://e.lanbook.com/book/179375</a>                               |
| 3.    | Левушкина С. В. Управление проектами : учебное пособие — Ставрополь : СтГАУ, 2017. — 204 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/107226">https://e.lanbook.com/book/107226</a>                               |

**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: <a href="https://e.lanbook.com/book/121388">https://e.lanbook.com/book/121388</a>          |
| 5.    | Троицкая Н. Н. Управление проектами : учебное пособие. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 82 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/175956">https://e.lanbook.com/book/175956</a> |

**в) информационные электронно-образовательные ресурсы:**

| № п/п | Ресурсы Интернет  |
|-------|---|
| 6.    | Независимый журнал о PR– URL: <a href="http://www.mediabitch.ru">http:// www. mediabitch.ru</a>   |
| 7.    | Сайт о творчестве – URL: <a href="http://www.adme.ru">http:// www.adme.ru</a>   |
| 8.    | ЭУМК «Проектный менеджмент»- URL: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=10417</a>         |
| 9.    | Портал РАСО (российской ассоциации по связям с общественностью). – Режим доступа: <a href="https://raso.ru/">https://raso.ru/</a>               |
| 10.   | Информационный портал по российскому рынку рекламы, маркетинга и PR. – Режим доступа: <a href="http://www.sostav.ru">http://www.sostav.ru</a>   |
| 11.   | Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. – Режим доступа: <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a> |
| 12.   | Портал АКАР (Ассоциации коммуникационных агентств России). – Режим доступа: <a href="https://www.akarussia.ru/">https://www.akarussia.ru/</a>   |

## 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\*Packerd 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.<br>Раздел 2. История проектного менеджмента<br>Раздел 3. Классификация коммуникационных проектов.<br>Раздел 5. Этапы разработки коммуникационного проекта. Определение целей, целевых и контактных аудиторий проекта.                                   | УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | УК-2.1<br>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.<br>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<br>Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО  | Контрольная работа |

| № п/п | Наименование раздела дисциплины (модуля)  | Компетенция(и)  | Индикатор (ы) достижения компетенции   | Оценочные средства |
|-------|---|---|--|--------------------|
| 3.    | Раздел 6. Этапы разработки коммуникационного проекта. Выработка стратегии и подготовка программы. Оценка эффективности  |   | УК-2.3<br>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<br>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. Раздел 7. Управление конфликтами и кризисными ситуациями в рамках | 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<br>Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | Контрольная работа |

| № п/п  | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Компетенция(и) | Индикатор (ы) достижения компетенции | Оценочные средства                                   |
|--|--|----------------|--------------------------------------|--|
|  | коммуникационного проекта                |                |                                      |  |
| Промежуточная аттестация<br>форма контроля - экзамен |  |                |                                      | Перечень вопросов к экзамену<br>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<br>Хорошо<br>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).   |
| 5     | Классификация коммуникационных проектов.   |
| 6     | Этапы коммуникационного проекта. Начальный этап разработки проекта – ситуационный анализ. Ключевые составляющие ситуационного анализа. |
| 7     | SWOT-анализ коммуникационного проекта: цель и задачи. Сервис SWOT-анализ online.   |
| 8     | Формулирование цели проекта (требования к ней, методика целеполагания SMART). Определение целевых аудиторий проекта. Демографические и |

|    |  |
|----|--|
|    | психографические характеристики ЦА. Определение контактных аудиторий проекта.  |
| 9  | Ближайшие, удаленные внешние и внутренние целевые и контактные аудитории проекта: задачи целевого воздействия.   |
| 10 | Выработка стратегии коммуникационного проекта (диалог, согласие, информирование и убеждение).  |
| 11 | Подготовка программы коммуникационного проекта. Определение видов коммуникации, инструментов и каналов распространения информации.                                 |
| 12 | Оценка эффективности коммуникационного проекта: качественные и количественные показатели.  |
| 13 | Природа конфликта в организации. Типы конфликтов. Уровни конфликтов в организации. Коммуникационные методы управления конфликтной ситуацией в рамках проекта.      |
| 14 | Особенности кризисных коммуникаций. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Порождение и блокирование информации в условиях кризиса. |
| 15 | 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 №7 от 18.04.2024