

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Муромский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(МИ ВлГУ)**

Кафедра ПМК

«УТВЕРЖДАЮ»
Заместитель директора по УР
_____ Д.Е. Андрианов
_____ 16.06.2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

*Реклама и связи с общественностью в
коммерческой и производственной сфере*

Семестр	Трудоем- кость, час./зач. ед.	Лек- ции, час.	Практи- ческие занятия, час.	Лабора- торные работы, час.	Консультация, час.	Конт- роль, час.	Всего (контакт- ная работа), час.	СРС, час.	Форма промежу- точного контроля (экз., зач., зач. с оц.)
8	108 / 3	8	16		0,8	0,25	25,05	82,95	Зач. с оц.
Итого	108 / 3	8	16		0,8	0,25	25,05	82,95	

Муром, 2020 г.

1. Цель освоения дисциплины

Целью курса является выработка знаний, умений и навыков у будущих специалистов к проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических основ проектирования
- приобретение навыков проектной деятельности

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина "Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью" базируется на таких дисциплинах как "Интегрированные коммуникации", "Менеджмент в рекламе и связях с общественностью", "Организация и проведение коммуникационных кампаний". Данная дисциплина может выступать базовой для ВКР.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Обосновывает принятие экономических решений с использованием методов экономического планирования для достижения поставленных целей в профессиональной деятельности	Знать ключевые бизнес процессы рекламы и связей с общественностью и особенности их реализации в проектной деятельности (УК-9.1) Уметь формулировать задачи проекта для достижения его цели на основе понимания специфики бизнес-процессов рекламы и связей с общественностью (УК-9.1) Владеть навыками целеполагания в проектной деятельности на основе бизнес-процессов рекламы и связей с общественностью (УК-9.1)	тест, тема практического задания, тема доклада
РПК-4 Способен реализовывать алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, используя результаты исследований, осуществлять документационное сопровождение проектов	РПК-4.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать особенности реализации проектной деятельности в рамках рекламы и связей с общественностью с учетом фаз жизненного цикла проекта (РПК-4.1) Уметь определять ожидаемые результаты решения выделенных задач на различных фазах жизненного цикла проекта (РПК-4.1) Владеть навыками планирования и организации достижения результатов проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью с учетом фаз жизненного цикла проекта (РПК-4.1)	тест, тема практического задания, тема доклада

	РПК-4.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<p>знать виды и содержание документов, применяемых в проектной деятельности (РПК-4.2)</p> <p>Уметь составлять документы, применяемые в проектной деятельности (РПК-4.2)</p>	
	РПК-4.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	<p>Знать основы проведения исследований в процессе реализации проектной деятельности (РПК-4.3)</p> <p>Уметь использовать результаты исследований в процессе реализации проектной деятельности (РПК-4.3)</p>	
ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<p>Знать ключевые функциональные области проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью (ПКО-1.1)</p> <p>Уметь ставить цели инновационно-предпринимательской деятельности в рекламе и связях с общественностью с учетом проектирования ключевых функциональных областей управления проектом (ПКО-1.1)</p>	тест, тема практического задания, тема доклада
	ПКО-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	<p>Знать принципы применения творческого подхода при проектировании деятельности в рекламе и связях с общественностью (ПКО-1.2)</p> <p>Уметь проектировать инновационно-предпринимательскую деятельность на основе творческого подхода (ПКО-1.2)</p>	
	ПКО-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<p>Владеть навыками организации проектной деятельности по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры (ПКО-1.3)</p>	
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся	УК-2.1 Планирует и выполняет задачи в зоне своей ответственности, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений, при необходимости корректирует способы решения задач	<p>Знать ключевые стандарты управления проектами и направления их применения в рекламе и связях с общественностью (УК-2.1)</p> <p>Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения на основе стандартов управления</p>	тест, тема практического задания

ресурсов и ограничений		проектами (УК-2.1) Владеть навыками организации проектной деятельности посредством применения выбранного стандарта управления проектом (УК-2.1)	
---------------------------	--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

4.1. Форма обучения: очная

Уровень базового образования: среднее общее.

Срок обучения 4г.

4.1.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником							Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации(по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	КП / КР	Консультация	Контроль		
1	Теоретические основы проектирования	8	4	8						54	тестирование, выполнение практического задания
2	Практика проектной деятельности	8	4	8						28,95	тестирование, выполнение практического задания, доклад-презентация
Всего за семестр		108	8	16				0,8	0,25	82,95	Зач. с оц.
Итого		108	8	16				0,8	0,25	82,95	

4.1.2. Содержание дисциплины

4.1.2.1. Перечень лекций

Семестр 8

Раздел 1. Теоретические основы проектирования

Лекция 1.

Жизненный цикл и структура управления проектом в сфере рекламы и связей с общественностью (2 часа).

Лекция 2.

Функциональные области управления проектами (2 часа).

Раздел 2. Практика проектной деятельности

Лекция 3.

Бизнес-планирование в управлении проектами (2 часа).

Лекция 4.

Творческий и инновационный подход при разработке проектов в рекламе и связях с общественностью (2 часа).

4.1.2.2. Перечень практических занятий

Семестр 8

Раздел 1. Теоретические основы проектирования

Практическое занятие 1

Введение в проектную деятельность с учетом специфики бизнес-процессов рекламы и связей с общественностью (2 часа).

Практическое занятие 2

Жизненный цикл и структура управления проектом в сфере рекламы и связей с общественностью (2 часа).

Практическое занятие 3

Функциональные области управления проектами (2 часа).

Практическое занятие 4

Функциональные области управления проектами (2 часа).

Раздел 2. Практика проектной деятельности

Практическое занятие 5

Стандартизация управления проектами (2 часа).

Практическое занятие 6

Бизнес-планирование в управлении проектами (2 часа).

Практическое занятие 7

Творческий и инновационный подход при разработке проектов в рекламе и связях с общественностью (2 часа).

Практическое занятие 8

Творческий и инновационный подход при разработке проектов в рекламе и связях с общественностью (2 часа).

4.1.2.3. Перечень лабораторных работ

Не планируется.

4.1.2.4. Перечень тем и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень тем, вынесенных на самостоятельное изучение:

1. История проектной деятельности в России и за рубежом.
2. Системный подход к проектированию и его разновидности: синергетика, диатропика, оптимология.
3. Маркетинговый подход к проектированию.
4. Социологический подход к проектированию.
5. Классификации проектов.
6. Методика оценки качества проектов.

Для самостоятельной работы используются методические указания по освоению дисциплины и издания из списка приведенной ниже основной и дополнительной литературы.

4.1.2.5. Перечень тем контрольных работ, рефератов, ТР, РГР, РПР

Не планируется.

4.1.2.6. Примерный перечень тем курсовых работ (проектов)

Не планируется.

5. Образовательные технологии

Используется проблемное чтение лекций с элементами дискуссий. На практических занятиях используются анализ теоретических материалов, информационные технологии, представление практических заданий, доклада-презентации.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Фонды оценочных материалов (средств) приведены в приложении.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

7.1. Основная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, ч.1-4 - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
2. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в российской федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 года N39-ФЗ. - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/
3. ГОСТ Р 56715.5-2015 «Проектный менеджмент. Системы проектного менеджмента. Часть 5. Термины и определения». - <http://docs.cntd.ru/document/1200127269>
4. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 года N381-ФЗ. - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/
5. Троицкая, Н. Н. Управление проектами : учебное пособие / Н. Н. Троицкая. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 82 с. - <https://www.iprbookshop.ru/116005.html>

7.2. Дополнительная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Трубилин, А. И. Управление проектами : учебное пособие / А. И. Трубилин, В. И. Гайдук, А. В. Кондрашова. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 163 с. - <https://www.iprbookshop.ru/86340.html>

7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В образовательном процессе используются информационные технологии, реализованные на основе информационно-образовательного портала института (www.mivlgu.ru/iop), и инфокоммуникационной сети института:

- предоставление учебно-методических материалов в электронном виде;
- взаимодействие участников образовательного процесса через локальную сеть института и Интернет;
- предоставление сведений о результатах учебной деятельности в электронном личном кабинете обучающегося.

Информационные справочные системы:

Интернет-площадка для реализации проектов "Россия - страна возможностей" <https://rsv.ru/competitions/>

Федеральная служба государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/>

Информационно-аналитический журнал «Управление проектами» <https://pmmagazine.ru/>

Программное обеспечение:

Не предусмотрено.

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

consultant.ru

docs.cntd.ru

iprbookshop.ru

mivlgu.ru/iop

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинет менеджмента, маркетинга и рекламы

Комплект учебно-методических пособий, ноутбук, проектор (переносной), проекционный экран (переносной)

9. Методические указания по освоению дисциплины

Для успешного освоения теоретического материала студент знакомится со списком основной и дополнительной учебной литературы из рабочей программы, к которой имеет доступ на информационно-образовательном портале. Конспектирование лекций предполагает и одновременно проработку наиболее трудных вопросов в обсуждении с преподавателем и студентами. Работа с лекционным материалом осуществляется при подготовке к выполнению практических заданий. Изучение и осмысление экономических категорий требует проработки лекционного материала, выполнения практических заданий, изучение словарей, энциклопедий, справочников.

Практические занятия (семинарские занятия) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Практическая подготовка предусматривает выполнение творческих, практических заданий. Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем образовательной программы;
- планирование и принятие решений в области выбранной профессиональной деятельности и оценка их эффективности;
- управление рекламой и связями с общественностью на основе проектного подхода;
- управление развитием рекламной деятельности.

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем изучаемой дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, умений и навыков, всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов определенной темы направлено на более глубокое усвоение основных категорий дисциплины, понимание процессов, происходящих в обществе, совершенствование навыка анализа теоретического и эмпирического материала. Основные виды самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой;
- изучение категориального аппарата дисциплины;
- самостоятельное изучение тем дисциплины;
- подготовка докладов-презентаций;
- подготовка к зачету;
- работа в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачет с оценкой. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине разработаны фонд оценочных средств и балльно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. Оценка по дисциплине выставляется в информационной системе и носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения заданий в ходе изучения дисциплины и промежуточной аттестации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* и профилю подготовки *Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере*
Рабочую программу составил к.э.н., доцент *М.А. Цветков*_____

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры *ПМК*

протокол № 10 от 27.04.2020 года.

Заведующий кафедрой *ПМК* _____ *Гусарова М.Е.*

(Подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета

протокол № 8 от 24.05.2020 года.

Председатель комиссии ФЭМ _____ *Терентьева И.В.*

(Подпись)

(Ф.И.О.)

Фонд оценочных материалов (средств) по дисциплине
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

1. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине

Тесты:

1. Оплачиваемая конкретным лицом форма коммуникаций, предназначенная для продвижения товаров, услуг, идей - это:
 - А) личная продажа
 - Б) сбыт
 - В) реклама
 - Г) анкета
2. Сущность рекламной деятельности определяется задачами рекламы:
 - А) увещательное воздействие на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары или услуги
 - Б) воспитание в человеке разумных потребностей (нужно чистить зубы, иметь семью и свой дом, встречаться с друзьями и пр.)
 - В) анализ конкурентов
 - Г) создание условий для обеспечения бесперебойного сбыта производственной продукции, путем поддержания высокого уровня осведомленности о продукте
 - Д) формирование спроса на продукцию, путем предоставления наиболее полной информации об эффективных способах применения
 - Е) увеличение продаж определенных товаров
3. Признаки рекламы:
 - А) Личная коммуникация всегда
 - Б) Отправитель коммуникации определяется из контекста
 - В) Бесплатная
 - Г) Обратная реакция целевой аудитории сразу известна
4. Что не относится к тенденциям развития современного мирового хозяйства, определяющим необходимость управления проектами:
 - А) рост жизненного цикла продукта
 - Б) глобальная конкуренция
 - В) взрыв объема знаний
 - Г) «маленькие проекты»
5. Какие признаки не относятся к проекту:
 - А) направленность на достижение определенных уникальных целей и результатов;
 - Б) постоянный рост времени реализации;
 - В) скоординированное выполнение взаимосвязанных действий;
 - Г) наличие рисков.
6. Какие проекты не входят в классификацию по масштабу:
 - А) мегапроекты;
 - Б) мультипроекты;
 - В) комплексные проекты;
 - Г) монопроекты.
7. Что не входит в управляемые параметры проекта:
 - А) стоимость;
 - Б) качество;
 - В) масштабность;
 - Г) время.
8. Что не входит в компоненты, получаемые в ходе структуризации проекта в процессе стратегического развития:
 - А) фазы жизненного цикла;
 - Б) структура распределения ответственности;

- В) функциональные области управления проектом;
 - Г) структура капитала, инвестированного в проект.
9. Временем зарождения управления проектами являются:
- А) 1890е годы;
 - Б) 1930-е годы;
 - В) 1970-е годы;
 - Г) 1980-е годы.
10. Какие организации не занимаются разработкой методологии управления проектами?
- А) PMI;
 - Б) Совнет;
 - В) Интерпроект;
 - Г) IPMA,
11. Деление на фазы жизненного цикла проекта не связано с:
- А) выделением вех;
 - Б) определением времени заключения контрактов;
 - В) расчетом ставки доходности проекта;
 - Г) определением времени исполнения этапов.
12. Какие существуют подходы к построению иерархической структуры работ (несколько вариантов ответа):
- А) функциональный;
 - Б) инвестиционных фаз;
 - В) продуктовый;
 - Г) кадровый.
13. Какая эффективность не определяется при управлении проектами?
- А) коммерческая;
 - Б) экономическая;
 - В) инвестиционная;
 - Г) социальная.
14. При генерации творческих идей группа привлеченных экспертов на основе критического осмысления вариантов анализирует качество обслуживания торговой компании на основе вхождения в образ потребителя. В данном случае используется:
- А) Мозговой штурм;
 - Б) Метод коучинг, связанный с обучением на основе восприятия клиентского опыта;
 - В) Прямая аналогия синектики;
 - Г) Личная аналогия синектики.
15. Сопоставьте сферы инноваций с предложенными проектами:
- А) Самообслуживание
 - Б) Логистика
 - В) Организация
- 1 RFID технологии
 - 2 Программа 1С-торговля
 - 3 Прайс-чекер
 - 4 Холодильное оборудование
 - 5 Реинжиниринг
16. Объект интеллектуальной собственности имеет срок защиты прав 10 лет. Это:
- А) Изобретение;
 - Б) Промышленный образец;
 - В) Товарный знак;
 - Г) Ноу-хау;
 - Д) Топология интегральных микросхем;
 - Е) Полезная модель.
17. Какие ключевые индикаторы риска связаны с функционированием системы управления рисками?

- А) Объем претензий, предъявленных компанией контрагентам;
- Б) Коэффициенты платежеспособности и ликвидности;
- В) Вероятность приостановки деятельности компании;
- Г) Динамика доходов работников;
- Д) Темпы роста производительности труда.

18. Сопоставьте конкретный риск с его видом:

- А) Ненадлежащая маркировка
 - Б) Потеря потребительской ценности
 - В) Появление конкурента
 - Г) Повреждение товара по причине аварии поставщика
1. Риск транспортировки товаров
 2. Риск продажи товаров
 3. Риск при хранении товаров
 4. Риск размещения товаров
 5. Риск при приемке товаров

Практические задания:

Задание 1.

Изучите предложенную в курсе информацию по составлению кривой спроса фирмы.

После этого Вам необходимо:

1. На основе статистических данных с использованием уравнения регрессии построить уравнение зависимости оборота торговли как индикатора спроса) от индексов цен (цены) и доходов потребителей (доходы на душу населения).

Задание делается на основе изучения статистики розничной торговли в Нижегородской области по ссылке сайта Федеральной службы статистики:

<https://rosstat.gov.ru/region/ind1122/Main.htm>

После построения уравнения Вам необходимо сделать следующие прогнозы:

- на сколько должны измениться денежные доходы населения при неизменной инфляции (том же самом индексе потребительских цен (2019 года), чтобы оборот розничной торговли (спрос) увеличился в 2 раза по сравнению со значением 2019 года?

- на сколько нужно снизить инфляцию (индекс потребительских цен), чтобы при неизменном денежном доходе на душу населения оборот розничной торговли вырос на 1%?

На основе Вашего представления о коммерческой деятельности Вы можете предположить наличие еще какого-либо фактора, влияющего на спрос, найти статистические данные и пересчитать модель (по желанию).

2. Изучив материал по механизму построения кривой спроса опишите, как Вы сможете изучить спрос (спроектировать его) на предприятии, которое будет объектом исследования в Вашей диссертации.

Какие факторы и источники информации Вы будете использовать, какие методы сбора и обработки информации для построения кривой спроса на продукцию (услуги) Вашего предприятия как одну из отправных точек по проектированию коммерческой деятельности?

В случае наличия информации, можно построить предположительную кривую спроса (делается по желанию).

Объем общей записки: 3-5 страниц по всем 2 вопросам. Также рекомендуется подготовить презентацию для озвучивания на занятии.

Задание 2.

Жизненный цикл проекта составляет 7 лет. Общий объем инвестиций по проекту в 20000 тыс. руб. Распределяется по годам таким образом, что в начале первого года вкладывается 40% инвестиций остальная сумма инвестируется в начале второго года.

Чистый денежный поток формируется со второго года и составляет:

- 5500 тыс. руб. – в конце второго года
- 4770 тыс. руб. – в конце третьего года
- 9600 тыс. руб. – в конце четвертого года

8500 тыс. руб. – в конце пятого года
 4500 тыс руб. – в конце шестого года
 2500 тыс. руб. – в конце седьмого года.
 Норма дисконта составляет: 15%
 Рассчитать показатели экономической эффективности проекта.

Задание 3.

Инвестор рассматривает три взаимоисключающих проекта, доходы и инвестиции по которым представлены в таблице

Проект	Годовые суммы денежных поступлений				
	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
А	-1000	750	500	0	0
Б	-1000	350	350	350	350
В	-500	180	180	180	180

Какой проект выбрали бы Вы? Обоснуйте полученный ответ.

Как Вы считаете, почему нельзя однозначно ответить на поставленный вопрос?

Задание 4.

На основании ситуации, которая складывается или может сложиться, по Вашему мнению, на предприятии в сфере рекламы и связей с общественностью на основе понимания ключевых факторов внешней среды, влияющих на существующие или перспективные негативные последствия для данного предприятия, обоснуйте внедрение проекта (ряда проектов) для инновационных изменений на основе применения творческого подхода и анализа проблемы, которая является актуальной для выбранного предприятия.

Структура ответа:

1. Приведите примеры негативных или требуемых практикой изменений, которые возникли или могут возникнуть у бизнеса (выбранного Вами) в современных условиях, источниками которых служат происходящие изменения и тенденции развития рекламы, связей с общественностью, а также с учётом развивающегося «коронакризиса». На основе выявления этих происходящих или потенциальных негативных изменений определите проблему (проблемы) требующую проведения исследований и внедрения инновационных проектов (минимум 1 проблема).

2. Проанализируйте выбранную проблему для творческого решения:

2.1. на предмет того, является ли проблема задачей (по ТРИЗ). Вам нужно соотнести найденную проблему с задачей (насколько проблема близка к задаче и может ли ей стать). Предлагается обосновать 3 варианта: а) проблема является и задачей, б) проблема пока не является задачей, но есть возможности перевода в задачу, в) не является задачей и Вы не видите возможности перевода проблемы в задачу. Чем более интуитивной и по меньшему числу критериев является оценка, тем меньше аргументация Вашего мнения.

2.2 Оцените сложность Вашей проблемы (задачи). Если Вы затрудняетесь провести анализ по критериям, то просто дайте Ваше представление о задаче - является ли она простой или сложной по шкале «сложности» от 1 до 4, где 1 - простая, 4 – очень сложная (в этом случае дайте аргументацию на одно-два предложения по Вашему интуитивному соображению, почему задача является простой, средней сложности, сложной или очень сложной). Предложение по баллам дано условное как для учебной задачи.

3. Какие виды инноваций в маркетинге, в том числе, организации продаж (торговли) нужно, по Вашему мнению, внедрять для решения описанной Вами проблемы, а также для других потенциальных проблем для выживания и развития предприятия. Перечислить перечень проектов инновационных изменений на выбранном объекте (минимум 2 – по выявленной проблеме в п.2 и 1 дополнительный).

4. Сделайте итоговый вывод по заданию.

Доклад-презентация:

Тема доклада: «Современные стандарты управления проектами».

В докладе должны быть четко обозначены информационные источники, на основании которых происходит описание стандартов управления проектами.

Исследование источников должно иметь своей целью – выявление преимуществ использования стандартов для проектирования в торговой организации.

Изучение материалов должно обеспечить проведение сравнительного анализа международных, национальных, корпоративных стандартов управления проектами для выявления способов их применения для торгового предприятия.

В заключение доклада должен быть приведен алгоритм использования стандарта для конкретного проекта (предполагаемого для реализации на рекламном предприятии).

Общее распределение баллов текущего контроля по видам учебных работ для студентов

Рейтинг-контроль 1	тест, практическое задание	до 20 баллов
Рейтинг-контроль 2	тест, практическое задание	до 25 баллов
Рейтинг-контроль 3	тест, практическое задание, доклад-презентация	до 35 баллов
Посещение занятий студентом		0
Дополнительные баллы (бонусы)		0
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы		до 20 баллов

2. Промежуточная аттестация по дисциплине

Перечень вопросов к экзамену / зачету / зачету с оценкой.

Перечень практических задач / заданий к экзамену / зачету / зачету с оценкой (при наличии)

Вопросы к зачету:

1. Понятие проекта.
2. Характеристики проекта.
3. Классификация проектов
4. Концепция управления проектами.
5. Особенности и преимущества проектного управления и проектной деятельности.
6. История развития управления проектами за рубежом и в России.
7. Бизнес-процессы сбыта (продажи) товаров при проектировании.
8. Процессы стимулирования продаж. Особенности бизнес-процессов в рекламной деятельности и связях с общественностью. Процессы обслуживания и их эффективность.
9. Коммерческие сделки. Процесс сделки. Виды сделок. Проектирование договора купли-продажи.
10. Ценообразование в коммерческой деятельности при проектировании. Методы ценообразования, виды цен.
11. Особенности рекламы и связей с общественностью при проектировании.
12. Эффективность и бюджеты рекламных кампаний.
13. Формы организации бизнеса в сфере рекламы и связей с общественностью.
14. Жизненный цикл проекта.
15. Фазы проекта.
16. Участники проекта. Команда проекта.
17. Построение иерархической структуры работ.

18. Структуризация проекта.
19. Окружение проекта.
20. Маркетинг в проектном управлении
21. Управление содержанием проекта.
22. Управление временем (сроками) проекта.
23. Управление стоимостью проекта.
24. Управление качеством проекта.
25. Управление ресурсами (закупками) проекта.
26. Управление персоналом (командой) проекта.
27. Управление рисками проекта.
28. Управление информацией и коммуникациями проекта.
29. Интеграционное управление проектом.
30. Управление стейкхолдерами проекта.
31. Стандарты в управлении проектами.
32. Уровни стандартизации. Международные стандарты. Национальные стандарты, в том числе с расширенной географией. корпоративные стандарты.
33. Стандарт ICB IPMA.
34. Стандарт PMBoK.
35. Стандарт PRINCE 2.
36. Стандарты ISO.
37. Стандарт DIN.
38. Стандарт P2M.
39. ГОСТ по проектному менеджменту.
40. Творчество в современной проектной деятельности.
41. Креативность как основа современных проектов.
42. Современные методы решения творческих задач: метод фокального объекта (Ч.Вайнтинг), брейнсторминг (BS), синектика (SYN), метод морфологического анализа (ММА), латеральное мышление, нейролингвистическое программирование.
43. Применение теории рационализаторства и изобретательства (ТРИЗ) в проектировании. Задачи и проблемы в ТРИЗ.
44. Алгоритм решения изобретательских задач в проектной деятельности. Синергетика. Синектика.
45. Коучинг. Интеллектуальный потенциал организации для решения проблем развития в ходе проектирования.
46. Инновации как результат современных проектов. Виды инноваций.
47. Типы стратегического конкурентного инновационного поведения.

Методические материалы, характеризующие процедуры оценивания

Промежуточная аттестация проходит в виде зачета, оценка по которому складывается в процессе оценки результатов выполнения тестовых, творческих, практических заданий, наряду с традиционными ответами на вопросы по программе дисциплины. По результатам выставляются баллы. Сумма от 50 до 65 баллов соответствует оценке "удовлетворительно", от 66 до 80 баллов - оценке "хорошо", от 81 до 100 баллов - оценке "отлично".

Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине равна 100.

Оценка в баллах	Оценка по шкале	Обоснование	<i>Уровень сформированности компетенций</i>
Более 80	«Отлично»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом	<i>Высокий уровень</i>

		сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	
66-80	«Хорошо»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	<i>Продвинутый уровень</i>
50-65	«Удовлетворительно»	Содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки	<i>Пороговый уровень</i>
Менее 50	«Неудовлетворительно»	Содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки	<i>Компетенции не сформированы</i>

3. Задания в тестовой форме по дисциплине

Примеры заданий:

1. При генерации творческих идей группа привлеченных экспертов на основе критического осмысления вариантов анализирует качество обслуживания торговой компании на основе вхождения в образ потребителя. В данном случае используется:

- А) Мозговой штурм;
- Б) Метод коучинг, связанный с обучением на основе восприятия клиентского опыта;
- В) Прямая аналогия синектики;
- Г) Личная аналогия синектики.

2. Сопоставьте конкретный риск с его видом:

- А) Ненадлежащая маркировка
- Б) Потеря потребительской ценности
- В) Появление конкурента
- Г) Повреждение товара по причине аварии поставщика

- 1. Риск транспортировки товаров
- 2. Риск продажи товаров
- 3. Риск при хранении товаров
- 4. Риск размещения товаров
- 5. Риск при приемке товаров

Полный перечень тестовых заданий с указанием правильных ответов, размещен в банке вопросов на информационно-образовательном портале института по ссылке <https://www.mivlgu.ru/iop/course/view.php?id=663>

Оценка рассчитывается как процент правильно выполненных тестовых заданий из их общего числа.