

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа по дисциплине
PR- ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Реклама и связи с общественностью

Квалификация:

Бакалавр

Форма обучения


Очная

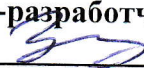
Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с общественностью»

 **Фейлинг Т.Б.**

Утверждаю
Председатель УМС  **И.И. Палкин**

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
19 июня 2018 г., протокол № 4

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
инновационных технологий управления в
государственной сфере и бизнесе
7 февраля 2018 г., протокол № 8
Зав. кафедрой  **Фирова И.П.**

Авторы-разработчики:
 **Зиновьева Н.О.**

Санкт-Петербург 2018

1. Цели освоения дисциплины

Знакомство студентов с алгоритмом проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации студенческих проектов. Осмысление всех этапов проектирования (исследование, планирование, реализация, оценка эффективности) и осуществление реального студенческого проекта позволят будущему специалисту оптимально эффективно проводить кампании в сфере рекламы и связей с общественностью в своей практической деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «PR-проектирование» относится к обязательным дисциплинам вариативной части ОПОП, обеспечивающей подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами:

набора 2015 г. во 2 семестре, объем дисциплины -72 ак. часа, 2 з.е.;

набора 2016-2018 гг. в 6 семестре, объем дисциплины -72 ак. часа, 2 з.е.;

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Социология массовых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Медиапланирование», «Брендинг».

Знания, полученные при изучении дисциплины «PR-проектирование» используются в дальнейшем при изучении дисциплин в вариативной части, а также в Производственной и Преддипломной практиках.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

<i>Код компетенции</i>	<i>Компетенция</i>
ПК-4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК-5	способность реализовывать проекты и владение мето-

	дами их реализации
--	--------------------

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

основные характеристики коммуникационного рынка;

типологии рекламных и ПР-кампаний;

методологические и теоретические основы планирования рекламной и PR-кампании.

Уметь:

– ориентироваться в основных этапах медиапланирования;

– ориентироваться в методиках оценки эффективности рекламной и PR - кампании.

– под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;

– участвовать в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, уметь обеспечивать средства и методы по реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

– реализовать проекты.

Владеть:

– навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.);

– методами реализации проектов.

Основные признаки проявленности формируемых компетенций в результате освоения дисциплины сведены в таблицах.

ПК-4	владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
------	---

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)
Продвинутый	Всесторонне представляет особенности подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); способен эффек-

	тивно применять знания в области подготовки проектной документации; способен самостоятельно готовить проектную документацию.
Базовый	Представляет основные закономерности создания проектной документации; в основном применяет базовые теоретические знания при создании проектной документации; способен готовить проектную документацию под контролем.
Минимальный	Знаком с некоторыми элементами подготовки проектной документации; способен на теоретическом уровне описывать специфику проектной документации; способен использовать некоторые элементы в области создания проектной документации.

ПК-5	способность реализовывать проекты и владение методами их реализации
------	---

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)
Продвинутый	В полной мере способен реализовывать проект в профессиональной деятельности; свободно ориентируется в использовании проектов при организации и проведении ПР-кампании. Понимает их основания и умеет выделить практическое значение заданной области; способен самостоятельно реализовывать проекты в профессиональной области.
Базовый	В основном понимает специфику использования ПР-технологий в проектировании основных мероприятий в рекламе и СО; в основном применяет знания в области проектирования организации и проведения ПР-кампании; в основном способен участвовать в подготовке и реализации проектов по организации и проведении ПР-кампании.
Минимальный	Знаком с некоторыми закономерностями проектирования профессиональной деятельности; способен проектировать некоторые элементы организации и проведения ПР-кампании; Владеет ограниченным набором методов проектирования профессиональной деятельности.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

72 ак. часоа, 2 з. ед.

Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Для наборов 2015 гг.

Объем дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	72	-	-
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	60	-	-
в том числе:			
Лекции	30	-	-
практические занятия	30	-	-

семинарские занятия	-	-	-
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	12	-	-
в том числе:			
курсовая работа		-	-
контрольная работа		-	-
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	экзамен	-	-

Для наборов 2016- 2018 гг.

Объём дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	72	-	-
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	44	-	-
в том числе:			
Лекции	22	-	-
практические занятия	22	-	-
семинарские занятия	-	-	-
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	28	-	-
в том числе:			
курсовая работа		-	-
контрольная работа		-	-
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	зачет	-	-

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Для наборов 2015 гг.

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр 2	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.				Формы текущего контроля успеваемости	Занятия в активной и интерактивной форме, час.	Формируемые компетенции
			Лекции	Семинар Лаборат.	Самост. ра-	С			
						Экзамен			
1	Тема 1. Проект и его окружение		1	1	5			ПК-4,ПК-5	
2	Тема 2. Управление проектами		1	1	5			ПК-4,ПК-5	
3	Тема 3.Подготовка проекта		2	2	5			ПК-4,ПК-5	

4	Тема 4. Основные методы проектного анализа		2	2	5			ПК-4,ПК-5
5	Тема 5. Экспертная оценка в управлении проектом		2	2	5			ПК-4,ПК-5
6	Тема 6. Роль рекламы и рекламных проектов в общественном развитии		2	2	6			ПК-4,ПК-5
7	Тема 7. Информационнокоммуникационные технологии в управлении рекламными проектами.		2	2	5			ПК-4,ПК-5
8	Тема 8. Роль рекламного менеджмента в управлении проектами		2	2	6			ПК-4,ПК-5
9	Тема 9. Коммуникационный рекламный менеджмент		2	2	5			ПК-4,ПК-5
10	Тема 10. Управление коммерческими проектами в рекламе		2	2	5			ПК-4,ПК-5
11	Тема 11. Креативный менеджмент рекламы		2	2	6			ПК-4,ПК-5
12	Тема 12. Функциональная эффективность рекламного проекта		2	2	6			ПК-4,ПК-5
	ИТОГО		22	22	64			

Очная форма обучения

Для наборов 2016- 2017 гг.

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр 6	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости <i>зачет</i>	Занятия в активной и интерактивной форме, час.	Формируемые компетенции
			Лекции	Семинар Лаборат.	Самост. ра-			
1	Тема 1. Проект и его окружение		2	2	1			ПК-4,ПК-5
2	Тема 2. Управление проектами		2	2	1			ПК-4,ПК-5
3	Тема 3.Подготовка проекта		2	2	1			ПК-4,ПК-5
4	Тема 4. Основные методы проектного анализа		2	2	1			ПК-4,ПК-5
5	Тема 5. Экспертная оценка в управлении проектом		4	4	1			ПК-4,ПК-5
6	Тема 6. Роль рекламы и рекламных проектов в общественном развитии		2	2	1			ПК-4,ПК-5

7	Тема 7. Информационнокоммуникационные технологии в управлении рекламными проектами.		4	4	1			ПК-4,ПК-5
8	Тема 8. Роль рекламного менеджмента в управлении проектами		2	2	1			ПК-4,ПК-5
9	Тема 9. Коммуникационный рекламный менеджмент		4	4	1			ПК-4,ПК-5
10	Тема 10. Управление коммерческими проектами в рекламе		2	2	1			ПК-4,ПК-5
11	Тема 11. Креативный менеджмент рекламы		2	2	1			ПК-4,ПК-5
12	Тема 12. Функциональная эффективность рекламного проекта		2	2	1			ПК-4,ПК-5
	ИТОГО		30	30	12			ПК-4,ПК-5

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Проект и его окружение - концепция проекта; ее роль в создании системы управления, финансирования и ресурсообеспечения для достижения выбранных целей; среда проекта (институциональное, политическое, экономическое окружение); основные концепции управления проектом и государственные инвестиционные программы; - жизненный цикл проекта; - области особого внимания при подготовке проекта: долгосрочность, безопасность для окружающей среды, социальные акторы; - источники идей (национальные планы и программы, возможности, открывающиеся на рынке, наличие ресурсов, новые технологии по инициативе снизу и т.д.); - предварительная идентификация (идеи относительно проекта); определение целей предложения проекта, средств его осуществления, рынков, технологии, места размещения, получателей выгоды от проекта и вероятных институциональных механизмов.

Тема 2. Управление проектами: - цели управления проектом; связь между разработкой проекта и его осуществлением; - основные концепции управления проектами; основные (Управленческие функции; - аспекты управления проектами; - организационные согласования; - разделение деятельности на стадии и подготовка подробного расписания; - мобилизация и распределение ресурсов; - приобретение товаров и услуг; - управление персоналом; управление осуществлением перемен; - финансовый менеджмент (годовые сметы, закупки, ведение бухгалтерского учета, аудит); - административная деятельность; - контроль качества; - управленческие инфор-

мационные системы (системы мониторинга, оценки и отчетности); - применение программы Microsoft Project для управления проектами.

Тема 3. Подготовка проекта: - задачи подготовительной стадии; - основные задачи и виды управленческой деятельности на подготовительной стадии; разработка и анализ; - основные принципы разработки проекта (преemptивность, эффективность, интенсивность, надежность, жизнеспособность, простота, управляемость, осмысленность, участие); разработка проекта и сравнение с "ситуацией без проекта";

- основные задачи стадии разработки целей проекта, определение количественных показателей применительно к задачам и целям проекта (определение целей проекта, определение области проекта, месторасположения; — определение потенциальных лиц, получающих выгоду от проекта, а также групп населения, на которых отразится реализация проекта, и предприятий, участвующих в реализации проекта; определение и разработка компонентов проекта; выбор технологии(ий); — определение рынков результатов проекта; определение и составление графика деятельности по проекту; — определение срока экономической жизни проекта; разработка организационной структуры проекта и подготовка предложений по механизму управления; оценка затрат по проекту, оценка непредвиденных расходов; осязаемые и неосязаемые издержки; — прямые и косвенные издержки; упущенные выгоды; безвозвратные затраты; оценка результатов проекта и выгод от него; — прямая и косвенная выгода; определение экстерналий проекта; количественное определение внешних выгод и потерь; — определение воздействия проекта на окружающую среду; — разработка системы мониторинга проекта; подготовка финансового плана).

Тема 4. Основные методы проектного анализа: - ценность денег по времени: важность этой концепции для проектного анализа; факторы, влияющие на ценность: инфляция. Ставка процента и риск; концепция дисконтирования и методика счета; - понятие затрат и выгод, оценка спроса на ресурсы, необходимые для осуществления проекта, и результаты его осуществления; - измерение ценности проекта (способы оценки инвестиций); определение, способы расчета, преимущества и недостатки критериев эффективности.

Тема 5. Экспертная оценка в системе управления проектом Техническая экспертиза: - задачи технической экспертизы; - владение проектом, его ресурсами и применяемой технологией; - масштаб (размер) проекта; - многокомпонентные проекты, отделяемые компоненты; анализ отделяемых компонентов;

- месторасположение проекта; - время; - технологический пакет проекта; - критерии и ограничения финансирования и издержек. Экологическая экспертиза: - цель и характер экологической экспертизы как неотъемлемой части разработки проекта; - общие вопросы: потенциальные прямые и косвенные последствия; экстерналии; существующая экологическая ситуация; стандарты охраны окружающей среды; система охраны окружающей среды; превентивные, смягчающие и компенсационные меры; - экологическая оценка компонентов проекта; обучение персонала, финансирование охраны окружающей среды в проекте; вопросы возмещения издержек; субсидирование. Социальная экспертиза: - задачи социальной экспертизы и ее связь с другими областями проектного анализа; - характеристика целевой группы проекта и местного сообщества; социокультурные и демографические характеристики; производственная и общественная организации; приемлемость Проекта с точки зрения культуры и готовность участвовать в его реализации; - определение социальной стратегии; - социальные аспекты организации управления. Институциональная экспертиза: - цели институциональной экспертизы проекта; - основные проблемы, подлежащие анализу; - оценка существующих институтов; - определение сильных и слабых сторон существующих институтов (человеческие, физические, технические, административные и управленческие аспекты); - изучение законов, политики и законодательных актов; - оценка их возможного влияния на реализацию и осуществление проекта; - разработка институтов; - внесение предложений о необходимых изменениях в структуре, организации, власти, обеспечении ресурсами и функционировании соответствующих институтов; относительная роль общественного и частного сектора в подготовке, реализации и осуществлении проекта; - механизмы координации и контроля как внутри соответствующих агентств, так и между ними и центральным и региональным правительствами; - институциональные изменения в переходной экономике: преобразование существующих агентств общественного сектора для соответствия новой политике и

новым потребностям; создание новых институтов, не существовавших ранее; - человеческие аспекты институциональных перемен и преобразований; - социальные аспекты реформирования институциональной системы; воздействие на занятость и общественные услуги; потребность в системе социального страхования; - изменения в политике и практике приема на работу и выплаты вознаграждения; - набор навыков, развитие способностей, обучение и стимулы.

Финансовая экспертиза: - цели и типы финансовой экспертизы; - цены, используемые в финансовом анализе: - колебания цен; - источник це-

новой информации; прогноз цен; - внутренние и мировые цены; - инфляция и ее трактовка в проектном анализе; - финансовый анализ предприятия: - финансовое положение фирмы или базовой организации проекта с проектом и без него; - подготовка отчета о доходах, отчета о движении средств и балансового отчета; - расчет норм отдачи и финансовых показателей; - влияние инфляции на финансовое положение фирмы; - финансовый анализ прибыли: определение затрат на проект и выгод для него; составление потоков затрат и выгод, анализ затрат и выгод; анализ минимальных затрат, эффективность затрат; интерпретация результатов, полученных в результате других экспертиз; - анализ финансирования: определение потребностей в финансировании и его расписании; подготовка плана финансирования проекта: собственные средства, совместное финансирование, заемные средства, гранты (субсидии), соглашения о "строительстве, эксплуатации и передаче"; — сопоставление графиков расходования средств и поступлений финансирования; способность генерировать средства и погашать полученные займы; - анализ возмещения издержек: методы возмещения эксплуатационных издержек и издержек обслуживанию в проектах, производящих общественные товары пользователя, взимание платы за оказываемые услуги.

Экономическая экспертиза: - цели экономической экспертизы; - затраты и выгоды в экономическом анализе; - экономические и финансовые цены; - рыночные цены и альтернативные стоимости; - теневые цены и обменный курс; - условно внешнеторговые товары, приграничные цены, пашие цены экспорта и импорта; - условно невнешнеторговые товары; условно внешнеторговые товары, реально не вовлеченные во внешнеторговую оборот; водные коэффициенты по условно невнешнеторговым товарам; трансфертные платежи: налоги и субсидии; кредитные сделки; - международные эффекты; - экстерналии; - невозвратные затраты; - углубленный анализ (воздействие на распределение дохода, естественного веса и т.д.). - основные показатели экономической жизнеспособности Анализ рисков: - введение в концепцию риска; - стратегии минимизации риска при разработке проекта; - качественная (описательная) оценка риска: - методы количественной оценки риска; анализ чувствительности / анализ критических значений; метод сценариев; метод "древа решений" имитация "МонтеКарло"; - управление проектными рисками.

Тема 6. Роль рекламы и рекламных проектов в общественном развитии. Место рекламы в социокультурном пространстве. Реклама как социокультурный феномен. Роль рекламы в формировании материальной и духовной культуры. Экономическая, социальная и культурная роль рекламы в формиро-

вании общества, Д. Бурстин о роли рекламы в развитии общества. Экономические" социальные и культурные составляющие современной рекламы. Место рекламы в массовой культуре. Влияние рекламы на формирование массового и индивидуального сознания. Роль рекламных проектов и

инноваций в развитии общества. Религиозные, социальные и культурные проекты в рекламе. Рекламные проекты в рамках культурных традиций.

Тема 7. Информационно-коммуникационные технологии в управлении рекламными проектами Технологические революции в системе массовых коммуникаций как основа информационных революций в культуре. Этапы развития коммуникации. Язык как знаковая система. Общение, сообщение и воздействие как основные функции языка. Сущность коммуникативного процесса. Типы коммуникаций. Искажения в процессе коммуникации. 5 информационных революций в культуре. Членораздельная речь, письменность, книгопечатание, электронные СМИ и цифровые технологии как этапы развития массовой коммуникации. Коммуникативная природа рекламной деятельности. Переход от электронных СМИ к цифровым технологиям в современной рекламе. Принципиально новое позиционирование участников рекламной коммуникации. Изменение принципов рекламного воздействия в современном рекламном процессе.

Тема 8. Роль рекламного менеджмента в управлении проектами. Менеджмент как особый вид деятельности. Цели и задачи менеджмента. Менеджмент как профессиональное эффективное управление. Менеджмент как поиск нюансов оптимальных управленческих решений. Специфика рекламного менеджмента. Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом. Приоритет интересов потребителя в рамках рекламной коммуникации. Приоритет интересов рекламодателя в производственной триаде рекламного процесса. Управление производством рекламного продукта и управление рекламным процессом. Синтетический характер управления рекламным бизнесом. Нюансы управленческих решений в рекламе. Понятия менеджер по рекламе и рекламный агент, специфика деятельности. Менеджмент рекламного бизнеса на этапах рекламного процесса. Функции менеджера рекламного отдела фирмы, товаропроизводителя и фирмы рекламодателя. Функции и задачи отделов РА полного цикла. Функции менеджеров основных отделов. Работа с клиентами. Маркетинговые исследования. Производство рекламного продукта. Медиапланирование. Размещение рекламных сообщений. Копи-стратегии, ее роль в коммуникативной рекламной стратегии. Реализация рекламной кампании. Задачи рекламного отдела СМИ. Работа с рекламодателями и Рекламными

агентствами. Продажа рекламных площадей и рекламного пространства в эфире. Цены на размещение рекламы. Рекламный отдел газеты, журнала, радио- и телекомпании. Эффективность размещения рекламы в СМИ.

Обложка и рекламная полоса в журнале, прайм-тайм в эфире, формирование рекламных блоков в телеэфире, спонсорство.

Тема 9. Коммуникационный рекламный менеджмент. Реклама как форма маркетинговой коммуникации. Коммуникации и культура. Маркетинговые коммуникации как социокультурная технология. Виды и модели коммуникаций. Составляющие коммуникации. Социокультурные функции средств массовой коммуникации. Маркетинговые коммуникации в системе средств массовых коммуникаций. Маркетинговые коммуникации как система. Функции, цели и задачи системы маркетинговых коммуникаций. Основные формы маркетинговых коммуникаций и их характеристики. Реклама, паблик рилейшнз, сейлз-промоушн, директ-маркетинг, мерчандайзинг, маркетинговые акции (выставки, ярмарки, презентации), спонсорство, сувениры и т.д. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Реклама как форма маркетинговой коммуникации: специфика и принципиальные отличия от других форм. Реклама и пропаганда. Реклама и паблисити (коммерческая и пропаганда). Прямая и сублимальная реклама. Коммерческие, коммуникативные и креативные задачи рекламы. Рекламный процесс как маркетинговая коммуникация. Роль средств рекламы в рекламном процессе. Информационный рынок, информационное пространство, информационные потоки. Формирование информационных потоков как маркетинговая технология. Управление информационными потоками. Понятие рейтинга СМИ. Принципы медиапланирования

Тема 10. Управление коммерческими проектами в рекламе. Социальная основа маркетинга. Маркетинг как социокультурная технология. Маркетинг как технология управления рынком. Маркетинг как технология формирования взаимосвязи производства и потребления. Реклама как составляющая часть маркетинга. Понятия, принципы и функции маркетинга. Основные понятия маркетинга: нужды, потребности, запросы, товар, обмен, сделка, рынок. Сегментирование рынка и позиционирование товара. Рынок товара и рынок рекламы. Ценообразование. Выбор целевой аудитории. Фазы товарного цикла. Основные концепции маркетинга. Система маркетинга. Комплекс, маркетинга. Реклама в маркетинге и маркетинг в рекламе. Роль рекламы в стратегии маркетинга. Управление маркетинговыми исследованиями. Исследования товара, рынка, целевой аудитории. Их роль в определении стратегии и тактики рекламы. Стратегический и тактический менеджмент рекламы. Различие функций

менеджера по рекламе и рекламного агента на

этапах рекламного процесса. Коммерческие и креативные задачи управления рекламным процессом.

Тема 11. Креативный менеджмент рекламы. Реклама как тип творческой деятельности. Общая характеристика творчества как типа деятельности. Место рекламы в ряду существующих видов и родов творчества. Творческий процесс, его этапы и задачи в рекламе. Креативный менеджмент рекламы в рамках маркетинга-менеджмента. Искусство управления производственным и креативным процессом в рекламе. Креативный менеджмент рекламного бизнеса как система управления творческим процессом. Креативный менеджмент рекламы как искусство управления созданием рекламного продукта.

Тема 12. Функциональная эффективность рекламного проекта. Критерии эффективности рекламы. Исследования эффективности рекламных сообщений. Превентивные допрокатные тесты эффективности рекламного продукта. Относительность результатов исследования эффективности рекламы. Множественность факторов, влияющих на увеличение объема и продаж и поведение потребителей. Функциональная состоятельность рекламного продукта как критерий его эффективности. Подчинение изобразительно-, выразительных средств рекламы маркетинговым задачам как основа функциональной результативности рекламного продукта.

4.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Форма проведения	Формируемые компетенции
1	Проект и его окружение	Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуации. Эссе по предложенным темам	ПК-4,ПК-5
2	Управление проектами	Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	ПК-4,ПК-5
3	Подготовка проекта	Проводится как практическое занятие.	ПК-4,ПК-5
4	Основные методы проектного анализа	Проводится в виде практического занятия с элементами дискус-	ПК-4,ПК-5

		сии.	
5	Экспертная оценка в управлении проектом	Проводится в форме семинара – пресс-конференции. Заслушивание докладов.	ПК-4,ПК-5
6	Роль рекламы и рекламных проектов в общественном развитии	Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	ПК-4,ПК-5
7	Информационнокоммуникационные технологии в управлении рекламными проектами.	Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	ПК-4,ПК-5
8	Роль рекламного менеджмента в управлении проектами	Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуации. Эссе по предложенным темам	ПК-4,ПК-5
9	Коммуникационный рекламный менеджмент	Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуации. Эссе по предложенным темам	ПК-4,ПК-5
10	Управление коммерческими проектами в рекламе	Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	ПК-4,ПК-5
11	Креативный менеджмент рекламы	Проводится как практическое занятие.	ПК-4,ПК-5
12	Функциональная эффективность рекламного проекта	Проводится в виде практического занятия с элементами дискуссии.	ПК-4,ПК-5

Форма проведения – задания и упражнения в большой группе, работа в малых группах.

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

5.1. Текущий контроль.

а) Примерная тематика рефератов, эссе, докладов.

1. Какие существуют типы проектов по сферам деятельности? Раскройте содержание каждого типа проектов.
2. . Что такое жизненный цикл проекта? Каково содержание основных фаз инвестиционного проекта? Какова роль участников проекта: инициатора, заказчика, инвестора, проект- менеджера?

3. В чем состоят функции управления проектом? 9. Раскройте организационные структуры управления проектом: функциональную и матричную. Раскройте организационные структуры управления проектом: проектно-целевую, внешнего и внутреннего управления.
4. В чем состоит структуризация проекта и каковы его составляющие? В чем заключается разница между функциональным, динамичным и предметным подходами к управлению проектом?
5. Что такое сетевой метод планирования и управления (СПУ)? Раскройте основные понятия и определения СПУ.
6. Ресурсы, используемые при управлении проектом. Подсистемы управления проектом, их особенности.
7. Оценка жизнеспособности проекта: коммерческая, бюджетная эффективность.
8. Экспертиза проекта. Методы экспертизы, разновидности экспертизы. Оценочные значения результатов экспертизы.
9. Оценка эффективности проекта: виды эффектов и их показатели. Основные критерии оценки эффективности проекта по его цели, стратегии и политике.
10. Назначение, содержание и этапы контроля реализации проекта. Элементы контроля и основные методы его осуществления в ходе реализации проекта. Методы снижения рисков при реализации проекта
11. Понятие управления временем проекта. Понятие управления качеством проекта.

Б) Образцы тестовых и контрольных заданий текущего контроля

Тесты для оценки текущей успеваемости студентов разбиты по темам дисциплины. Задания в тесте оцениваются разным числом баллов. Правильный ответ 1 балл, неправильный 0 баллов. Максимальное количество баллов в соответствии с количеством вопросов в тесте переводится в процент выполнения. Студенту необходимо набрать не менее 80%.

а) Образцы тестовых и контрольных заданий текущего контроля

1. Определите ситуации, которые являются преимуществами проектной организационной структуры:

- А) Руководитель проекта имеет полное руководство над проектом.
- Б) Оборудование и люди объединены через проекты.
- В) Линии коммуникаций сокращены.
- Г) Командная работа и чувство сопричастности.
- Д) Члены команды подчинены одному руководителю.

2. Какие из следующих показателей представляют интерес в управлении проектом?

- А) Время
- Б) Стоимость
- В) Доступность ресурсов .

3. Для критического пути проектных работ, чтобы быть наиболее эффективным, работы или задачи проекта должны быть:

- А) Отчетливо выраженными.
- Б) Независимыми.
- В) Упорядоченными.
- Г) Все вышеуказанное.

4. Раннее время завершения работ равняется:

- А) Самое раннее возможное время начала работ.
- Б) Самое раннее стартовое время плюс время выполнения работ.
- В) Самое последнее время выполнения работ без резервного времени.
- Г) Самое раннее время деятельности минус время выполнения работы.
- Д) Самое последнее стартовое время минус время выполнения работ.

5. Какой фактор из нижеперечисленных тезисов - основной недостаток матричного метода управления проектом?

А) Единственный руководитель проекта признан ответственным за успешное завершение проекта.

Б) Участники группы должны оставить их функциональные обязанности в фирме и заняться только карьерным ростом в системе управления проектом.

В) Связь между функциональными обязанностями строго определена.

Г) Участники проектной команды подчиняются одновременно двум руководителям, что создает возможности потенциального конфликта.

Д) Комбинация функциональных знаний многих подготовленных работников может дать синергические решения возникающих проблем.

5.2. Методические указания по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов заключается в изучении основной и дополнительной литературы по темам курса, подготовке к практическим занятиям и тестам, создании презентации.

Самостоятельная работа студентов состоит: 1). В ознакомлении с материалами учебников, дополнительной литературы, и повторении содержания занятий с целью лучшего усвоения материала и подготовке к текущему контролю.

2). В подготовке тематического сообщения (реферата).

Темы рефератов:

1. Теоретико-методологические основания социального проектирования.
2. Становление социального проектирования как научной дисциплины.
3. Методы проектирования: особенности их
4. применения в рекламе и PR.
5. Проектирование как вид деятельности. Функции социального проектирования.
6. Уровни социального проектирования.
7. Социальный прогноз. Виды прогнозов.
8. Моделирование социальных объектов. Принципы
9. социального моделирования.
10. Социальное проектирование как коммуникация.
11. Проектирование как способ создания новой информации.
12. Технология разработки социального проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.
13. Экспертиза проекта.
14. Организация, обеспечение средств и методов по реализации проектов
15. Принципы участия в организации работы проектных команд
16. Проектная документация (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт
17. Методы реализации проектов в рекламе и PR

5.3. Промежуточная аттестация.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачёта для набора 2016, 2017, 2018 гг.

Перечень вопросов к зачёту:

- 1 Определение проекта. Различие в формулировках определения.
- 2 Отличие традиционного определения проекта от определения, отно-

сящегося к рекламным PR-проектам.

3 Основные характеристики проекта и зависимость между ними.

4 Основные участники проекта и их функции. Основные функции менеджера проекта и команды проекта.

5 Признаки классификации проектов.

6 Маркетинговые исследования как основа эффективного управления проектами в рекламе и PR.

7 Основные фазы жизненного цикла проекта.

8 Охарактеризуйте концептуальную фазу проекта и приведите основные этапы этой фазы.

9 Фаза планирования проекта и основные этапы этой фазы.

10 Фаза реализации проекта и основные функции по управлению проектом в этой фазе.

11 Фаза завершения, эксплуатации и ликвидации проекта и основные функции по управлению проектами в этих фазах.

12 Основные задачи, назначение и принципы составления бизнес-плана.

13 Примерная структура бизнес плана.

14 Понятие об устойчивости проекта.

15 Дайте классификацию проектных рисков. Назовите основные методы управления рисками.

16 Методы качественного анализа проектных рисков.

17 Основные методы количественного анализа проектных рисков.

18 Коллективная генерация идей в управлении проектами в рекламе и PR.

19 Средства актуализации творческого потенциала группы генерации идей.

20 Использование программных средств в проектировании.

21 Эволюция методических подходов к проектированию в рекламе и PR.

- 22 Тактика работы со СМИ в управлении проектами.
- 23 Креативные основы проектирования в рекламе и PR.
- 24 Управление инновационным проектом.
- 25 Методы оценки эффективности инновационного проекта.
- 26 Анализ чувствительности проекта, определение эластичности показателей эффективности проекта.
- 27 Бюджетное финансирование проектов.
- 28 Основные организационные структуры управления проектами.
- 29 Понятие о методе PERT расчета вероятных значений времени выполнения проекта.
- 30 Типы конфликтов во время работы в группах.
- 31 Методы управления конфликтом. Стили разрешения межличностных конфликтов.
- 32 Стресс и управление им в деятельности руководителя.
- 33 Управление персоналом, функции и категории работников.
- 34 Первые PR-проекты. История создания.
- 35 Формы и сферы применения социологических исследований управления проектами в рекламе и PR.
- 36 Тестирование как метод диагностики в управленческой практике.
- 37 Перспективность использования инструментов психологии в исследовании управления проектами.
- 38 Организация управления проектами по принципу независимых команд. Достоинства и недостатки такой формы управления.
- 39 Основные правила построения сетевых графиков, основные типы связей между операциями.
- 40 Календарное планирование бюджета и ресурсов проекта с использованием сетевых методов.
- 41 Что представляет собой базовый план-график кумулятивных затрат проекта (S кривая).
- 42 Методы оперативной оценки (мониторинга) времени и стоимост-

НЫХ

показателей работ в процессе реализации проекта.

43 Аудит и завершение работы над проектом. Процесс закрытия проекта.

44 Матричная структура управления PR-проектами.

45 Основные принципы построения эффективной системы контроля.

46 Процессы, входящие в управление информационными связями.

47 Основные этапы закрытия контракта.

48 Постпроектная оценка.

Для набора 2015 – форма промежуточной аттестации – экзамен.

Примерные вопросы для экзамена

1. Понятие pr – деятельности, основные черты и признаки.
2. Pr - проект основные черты и признаки.
3. Проблема классификации pr – проектов.
4. Этапы создания и проведения pr – проекта.
5. Коммуникативные технологии в pr – проекте, сущность и основные черты и функции.
6. Возможные эффекты pr – проекта.
7. Проблема оценки эффективности pr – проектов.
8. Специальные мероприятия в pr – проектировании.
9. Pr – проект в коммерческой сфере: сущность и основные черты и функции.
10. Pr – проект в политической сфере: сущность и основные черты и функции
11. Pr – проект в сфере государственного управления: сущность и основные черты и функции.
12. Pr – проект в социальной сфере: сущность и основные черты и функции.
13. Pr – проект в сфере поддержки религиозных организаций: сущность и основные черты и функции.
14. Pr – проект в сфере туризма: сущность и основные черты и функции.
15. Pr – проект в сфере спорта: сущность и основные черты и функции.

16. Pr – проект в сфере Интернет пространства: сущность и основные черты и функции.
17. Pr – проект в экологической сфере: сущность и основные черты и функции.
18. Роль и место media relations в pr – проектировании
19. Новые и не традиционные pr – проекты: сущность, специфика и место реализации.
20. Проблема мифов и мифотворчества в pr – проектировании.
21. Проблема поиска целевых аудиторий pr – проекта.
22. Первичные и вторичные аудитории pr – проекта.
23. Смета и бюджет pr – проекта.
24. Понятие антикризисный pr – проект: сущность и основные черты.
25. Специфика pr – проектирования в современной России.
26. Проблемы и перспективы развития pr – деятельности и pr – проектирования.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - М.: Дашков и К, 2017. - 488 с.: 60x84 1/16. - (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=329134>
2. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / Бузин В.Н., Бузина Т.С. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-01769-3 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872862>
3. Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалаври-

ат). (переплет) ISBN 978-5-16-003443-0 В доступе:
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=371726>

б) Дополнительная литература:

1. Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2.
2. Марусева И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие / И.В. Марусева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Ч. 2. Практикум. - 751 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3961-0.
3. Мудров, Александр Николаевич. Основы рекламы : учебник : [для студентов вузов, обучающихся по специальности 350700 "Реклама"]. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр, 2010.
4. Щепилов, Константин Владимирович. Медиаисследования и медиапланирование. - Москва : РИП-холдинг, 2007.
5. Бузин, Валерий Николаевич. Медиапланирование : теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика". - Москва : ЮНИТИ, 2010
6. Горчакова В. Г. Психология создания персонального бренда : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 071103 "Продюсерство кино и телевидения" / В.Г. Горчакова. - Москва : Дело и сервис, 2010. - 335 с. - Авт.знак - Г707 - ББК - 88я7
7. Макашева З. М. Брендинг : [учебное пособие] / З. М. Макашева, М. О. Макашев. - СанктПетербург [и др.] : Питер, 2011. - 283 с.. - (Учебное пособие). - (Теория и практика) - Авт.знак - М154 - ББК - 65.291.3я7
8. Антошкин С. И. Капитал бренда: основные интерпретации и модель управления / С. И. Антошкин // Вестник Санкт-Петербургского универ-

ситета, 2014. Сер. 8, Менеджмент. - № 4. - С. 68-100. - (Новые исследования).

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. MS Office;
2. электронная библиотека ЭБС «Znanium» (<http://znanium.com/>) и др.
3. <http://ru.wikipedia.org>
4. <http://sostav.ru>
5. <https://startwrite.ru/>
6. <http://www.consultant.ru>
7. <http://www.garant.ru>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекции	<p>Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины.</p> <p>Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь.</p> <p>Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе.</p> <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом (семинарском) занятии.</p>
Практические (семинарские) занятия	<p>Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы и работа с текстом. Решение тестовых заданий, решение задач и другие виды работ.</p>
Индивидуальные задания (подготовка докладов, рефератов)	<p>Поиск литературы и составление библиографии по теме.</p> <p>Знакомство с основной и дополнительной литературой.</p> <p>Изложение основных аспектов проблемы, анализ мнений авторов и формирование собственного суждения по исследуемой теме.</p>

Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, вопросы для подготовки к экзамену и т.д.
-----------------------	--

8. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются:

- лекции-визуализации;
- на семинарских занятиях выступления студентов с докладами (рефератами) сопровождаются соответствующими слайд-презентациями;
- для работы с нормативно-правовыми актами в ходе практических занятий используется выход через Интернет на электронные ресурсы СПС Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>) или СПС Гарант (<http://www.garant.ru/>);
- организация взаимодействия преподавателя со студентами для осуществления консультационной работы по подготовке к семинарским (практическим) занятиям и подбору необходимой литературы, помимо консультаций, осуществляется посредством электронной почты.

Тема (раздел) дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Проект и его окружение	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Управление проектами	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Подготовка проекта	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Основные методы проектного анализа	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет

	го курса лекций	
Экспертная оценка в управлении проектом	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Роль рекламы и рекламных проектов в общественном развитии	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Информационнокоммуникационные технологии в управлении рекламными проектами.	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Роль рекламного менеджмента в управлении проектами	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Коммуникационный рекламный менеджмент	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Управление коммерческими проектами в рекламе	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Креативный менеджмент рекламы	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет
Функциональная эффективность рекламного проекта	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office/PC; Znanium, Юрайт, Интернет

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.