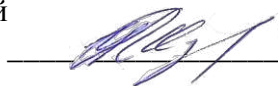


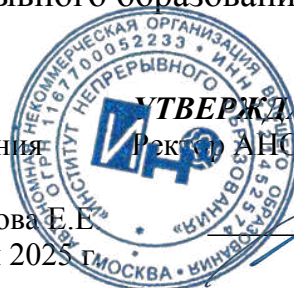
Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.07.2025 11:35:06
Уникальный программный ключ:
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2540974f9

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Институт непрерывного образования»

Рассмотрено
на заседании кафедры экономики и управления
Зав. кафедрой



Бодрова Е.Е.
28 апреля 2025 г.



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор АНО ВО «ИНО»

Цветлюк Л.С.
28 апреля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль (направленность) «Современные коммуникации и реклама»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника
Бакалавр

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы
д.и.н. Калмыков В.В.

Москва, 2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» разработана д.и.н. Калмыков В.В.

Рабочая программа учебной дисциплины **«Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)**, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования **«Реклама и связи с общественностью»**.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	6
3. Содержание учебной дисциплины.....	7
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	7
3.2. Учебно-тематический план по очно-заочной форме обучения.....	8
3.3. Учебно-тематический план по заочной форме обучения.....	9
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	10
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине.....	16
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине....	16
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	17
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	19
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы..	21
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	36
6. Перечень основной и дополнительной литературы для освоения учебной дисциплины.....	37
6.1. Основная литература.....	37
6.2. Дополнительная литература.....	37
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных и информационные системы необходимые для освоения учебной дисциплины.....	37
8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	38
9. Программное обеспечение информационно-коммуникационных технологий	39
9.1. Информационные технологии.....	39
9.2. Программное обеспечение.....	39
9.3. Информационно-справочные системы.....	39
10. Перечень материально-технического обеспечения , необходимого для реализации программы по учебной дисциплине.....	39
11. Образовательные технологии.....	39

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины заключается в формировании у студентов знаний, по управлению проектами в рекламе и связях с общественностью.

Задачи учебной дисциплины:

- изучить специфику организационной деятельности, содержание принципов и условий эффективного управления проектами
- овладеть методологией новейших разработок в области управления проектами;
- приобрести практические навыки для выполнения функций менеджера в управлении проектами..

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является обязательным элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОПОП.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1, ПКО-1, ПК-2.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие
		УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
		УК-1.3. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата
		УК-1.4. Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования

		УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от-дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
		ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
		ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-2	Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента
		ПК-2.2. Осуществляет управление информацией из различных источников

2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет **8** зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		5	6
Аудиторные учебные занятия, всего	78	48	30
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	30	16	14
Практические занятия (с использованием деловых игр)	48	32	16
Самостоятельная работа обучающихся, всего	197	92	105
В том числе:			
Самоподготовка	117	52	65
Рефераты/доклады	40	20	20
Тестирование	40	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	13	4	9
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	8/288	4/144	4/144

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7
Аудиторные учебные занятия, всего	78	48	30
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	30	16	14
Практические занятия (с использованием деловых игр)	48	32	16
Самостоятельная работа обучающихся, всего	201	96	105
В том числе:			
Самоподготовка	121	56	65
Рефераты/доклады	40	20	20
Тестирование	40	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	9	4	9
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	8/288	4/144	4/144

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7
Аудиторные учебные занятия, всего	34	24	10
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	12	8	4
Практические занятия (с использованием деловых игр)	22	16	6
Самостоятельная работа обучающихся, всего	245	120	125
В том числе:			
Самоподготовка	165	80	85
Рефераты/доклады	40	20	20
Тестирование	40	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	9	4	9
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	8/288	4/144	4/144

3. Содержание учебной дисциплины

3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем аудиторных занятий составляет 78ч.

Объем самостоятельной работы – 197ч.

№ п/п	Модуль, раздел (тема)	Виды учебной работы, академических часов					Формы контроля освоения обучающимися учебной дисциплины, рейтинговых баллов		
		Всего	Самостоятельная работа обучающегося	Контактная работа преподавателя с обучающимися			Текущий контроль освоения обучающимися учебной дисциплины		Промежуточная аттестация обучающихся
				Всего	Лекционного типа	Практические занятия	Тестирование	Рефераты/доклады	
5 семестр									
1	Тема 1. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью	17	11	6	2	4	+	+	
2	Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования и управления проектами	17	11	6	2	4	+	+	
3	Тема 3. Основные аспекты управления проектами	17	11	6	2	4	+	+	
4	Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью	17	11	6	2	4	+	+	
5	Тема 5. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью	18	12	6	2	4	+	+	
6	Тема 6. Технология разработки креативного брифа	18	12	6	2	4	+	+	
7	Тема 7. Планирование проекта	18	12	6	2	4	+	+	
8	Тема 8. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта	18	12	6	2	4	+	+	
Итого по 5 семестру		144	92	48	16	32			4
6 семестр									
9	Тема 9. Принципы работы над проектом в команде	19	15	4	2	2	+	+	
10	Тема 10. Управление бюджетом проекта	19	15	4	2	2	+	+	
11	Тема 11. Учет и контроль	19	15	4	2	2	+	+	

	хода реализации проекта								
12	Тема 12. Риски проекта	19	15	4	2	2	+	+	
13	Тема 13. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта	19	15	4	2	2	+	+	
14	Тема 14. Завершение рекламного или PR-проекта	20	16	4	2	2	+	+	
15	Тема 15. Оценка эффективности проекта	20	14	6	2	4	+	+	
Итого по 6 семестру		144	105	30	14	16			9
ВСЕГО ЧАСОВ		288	197	78	30	48			13

3.2. Учебно-тематический план по очно-заочной форме обучения

Объем аудиторных занятий составляет 78ч.

Объем самостоятельной работы – 201 ч.

№ п/п	Модуль, раздел (тема)	Виды учебной работы, академических часов					Формы контроля освоения обучающимися учебной дисциплины, рейтинговых баллов		
		Всего	Самостоятельная работа обучающегося	Контактная работа преподавателя с обучающимися			Текущий контроль освоения обучающимися учебной дисциплины		Промежуточная аттестация обучающихся
				Всего	Лекционного типа	Практические занятия	Тестирование	Рефераты/доклады	
6 семестр									
1	Тема 1. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью	17	11	6	2	4	+	+	
2	Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования и управления проектами	17	11	6	2	4	+	+	
3	Тема 3. Основные аспекты управления проектами	17	11	6	2	4	+	+	
4	Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью	17	11	6	2	4	+	+	
5	Тема 5. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью	18	12	6	2	4	+	+	
6	Тема 6. Технология разработки креативного брифа	18	12	6	2	4	+	+	
7	Тема 7. Планирование	18	12	6	2	4	+	+	

	проекта								
8	Тема 8. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта	18	16	6	2	4	+	+	
Итого по 6 семестру		144	96	48	16	32			4
7 семестр									
9	Тема 9. Принципы работы над проектом в команде	19	15	4	2	2	+	+	
10	Тема 10. Управление бюджетом проекта	19	15	4	2	2	+	+	
11	Тема 11. Учет и контроль хода реализации проекта	19	15	4	2	2	+	+	
12	Тема 12. Риски проекта	19	15	4	2	2	+	+	
13	Тема 13. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта	19	15	4	2	2	+	+	
14	Тема 14. Завершение рекламного или PR-проекта	20	16	4	2	2	+	+	
15	Тема 15. Оценка эффективности проекта	20	14	6	2	4	+	+	
Итого по 7 семестру		144	105	30	14	16			9
ВСЕГО ЧАСОВ		288	201	78	30	48			9

3.3. Учебно-тематический план по заочной форме обучения

Объем аудиторных занятий составляет 34ч.

Объем самостоятельной работы – 245ч.

№ п/п	Модуль, раздел (тема)	Виды учебной работы, академических часов					Формы контроля освоения обучающимися учебной дисциплины, рейтинговых баллов		
		Всего	Самостоятельная работа обучающегося	Контактная работа преподавателя с обучающимися			Текущий контроль освоения обучающимися учебной дисциплины		Промежуточная аттестация обучающихся
				Всего	Лекционного типа	Практические занятия	Тестирование	Рефераты/доклады	Экзамен/зачет
6 семестр									
1	Тема 1. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью	17	13	4	2	2	+	+	
2	Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования и управления проектами	17	15	2		2	+	+	

3	Тема 3. Основные аспекты управления проектами	17	13	4	2	2	+	+	
4	Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью	17	15	2		2	+	+	
5	Тема 5. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью	18	14	4	2	2	+	+	
6	Тема 6. Технология разработки креативного брифа	18	16	2		2	+	+	
7	Тема 7. Планирование проекта	18	14	4	2	2	+	+	
8	Тема 8. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта	18	20	2		2	+	+	
Итого по 6 семестру		144	120	24	8	16			4
7 семестр									
9	Тема 9. Принципы работы над проектом в команде	19	17	2	2		+	+	
10	Тема 10. Управление бюджетом проекта	19	17	2	2		+	+	
11	Тема 11. Учет и контроль хода реализации проекта	19	17	2		2	+	+	
12	Тема 12. Риски проекта	19	19				+	+	
13	Тема 13. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта	19	17	2		2	+	+	
14	Тема 14. Завершение рекламного или PR-проекта	20	20				+	+	
15	Тема 15. Оценка эффективности проекта	20	18	2		2	+	+	
Итого по 7 семестру		144	125	10	4	6			9
ВСЕГО ЧАСОВ		288	245	34	12	22			9

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Тема 1 Управление проектами в рекламе и связях с общественностью.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Многообразие рекламных и PR-проектов: история и современность. Основные классификационные признаки проектов. Определение проекта. Аспекты проекта: сроки, бюджет и качество результата. Четыре функции управления проектом. Жизненный цикл проекта. Области особого внимания при подготовке проекта: долгосрочность, безопасность для окружающей среды, социальные факторы.

Вопросы для самоподготовки

1. Многообразие рекламных и PR-проектов: история и современность
2. Проект: определение, классификационные признаки.
3. Жизненный цикл проекта

4. Области особого внимания при подготовке проекта.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования и управления проектами.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Классификация проектов: социальные, инфраструктурные, политические, научные, инновационные и др. Концепция проекта, ее роль в создании системы управления, финансирования и ресурсообеспечения для достижения выбранных целей. Среда проекта (институциональное, политическое, экономическое окружение).

Возникновение профессиональной специализации управленцев проектами. Граничные условия применения популярных технологий управления проектами.

Основные концепции управления проектом. Стандарты управления проектами.

Вопросы для самоподготовки

1. Классификация проектов.
2. Концепция проекта, ее роль в создании системы управления.
3. Среда проекта.
4. Возникновение профессиональной специализации управленцев проектами.
5. Основные концепции управления проектом.
6. Стандарты управления проектами.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 3. Основные аспекты управления проектами.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Цели управления проектом. Связь между разработкой проекта и его осуществлением. Источники идей проекта (национальные планы и программы, возможности, открывающиеся на рынке, наличие ресурсов, новые технологии и т.д.). Предварительная идентификация идеи проекта. Определение средств осуществления проекта, рынков, технологий, места размещения, получателей выгоды от проекта и вероятных институциональных механизмов.

Основные этапы управления проектом: 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 информационные системы (системы мониторинга, оценки и отчетности).

Вопросы для самоподготовки

1. Цели управления проектом.
2. Источники идей проекта.
3. Определение средств осуществления проекта.
4. Основные этапы управления проектом.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины.

Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью. Роль рекламных и PR-проектов в развитии общества. Коммерческие, социальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественностью. Рекламные и PR-проекты в рамках культурных традиций.

Менеджмент как особый вид деятельности. Специфика менеджмента в рекламе и связях с общественностью. Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом. Управление производством рекламного продукта и управление рекламным процессом. Менеджмент рекламного бизнеса на этапах рекламного процесса. Менеджмент в связях с общественностью

Вопросы для самоподготовки

1. Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью.
2. Роль рекламных и PR-проектов в развитии общества.
3. Специфика менеджмента в рекламе и связях с общественностью.
4. Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом.
5. Менеджмент рекламного бизнеса на этапах рекламного процесса.
6. Менеджмент в связях с общественностью.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 5. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины.

Понятия «программа» и «организация». Признаки организации. Различие между проектными и организационными структурами. Типы организации проектов. Преимущества и недостатки этих структур, наиболее частые сферы их применения.

Основные характеристики и виды рекламных и PR-кампаний. Разработка креативной стратегии рекламной или PR-кампании. Функциональные составляющие рекламной и PR-кампании. Составляющие коммуникационной стратегии: рекламная стратегия – медиа стратегия – креативная стратегия. Использование методов коллективной творческой работы при разработке креативной стратегии. Креативная стратегия: визуальное и вербальное воплощение

Вопросы для самоподготовки

1. Различие между проектными и организационными структурами.
2. Типы организации проектов.
3. Основные характеристики и виды рекламных и PR-кампаний.
4. Разработка креативной стратегии рекламной или PR-кампании.
5. Составляющие коммуникационной стратегии.
6. Креативная стратегия: визуальное и вербальное воплощение.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 6. Технология разработки креативного брифа.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Виды творческих заданий. Структура брифа. Анализ ситуации. Определение проблемы. Постановка целей и задач кампании. Описание целевой аудитории. Основные характеристики целевой аудитории: географические характеристики, демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики. Цели и задачи. Понятие инсайта: условные типы инсайтов. Рекламная идея и художественный образ. Оценка креатива

Вопросы для самоподготовки

1. Виды творческих заданий.
2. Структура брифа.
3. Понятие инсайта: условные типы инсайтов.
4. Рекламная идея и художественный образ.
5. Рекламная идея и художественный образ.
- 6 Оценка креатива.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 7. Планирование проекта.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Важность планирования. Определение плана. Начало планирования: перечень действий и их взаимосвязь. Основные задачи и виды управленческой деятельности на подготовительной стадии. Принципы разработки проекта (преемственность, эффективность, интенсивность, надежность, жизнеспособность, простота, управляемость, осмысленность, участие). Бизнес-план. Сетевое планирование: составление сетевого графика проекта, выявление критического пути и резервов времени выполнения отдельных работ проекта. Определение и разработка компонентов проекта. Выбор технологий реализации проекта. Разработка организационной структуры проекта и подготовка предложений по механизму управления. Календарное планирование проектов (диаграмма Ганта). Вероятностная оценка времени выполнения проекта. Оценка затрат по проекту, оценка непредвиденных расходов. Оптимизация графика по критерию «затраты время».

Вопросы для самоподготовки

1. Начало планирования: перечень действий и их взаимосвязь.
2. Принципы разработки проекта.
3. Бизнес-план.
4. Сетевое планирование.
5. Определение и разработка компонентов проекта..
6. Выбор технологий реализации проекта.
7. Разработка организационной структуры проекта.
8. Оценка затрат по проекту, оценка непредвиденных расходов.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 8. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Понятие «управление». Различия между управлением рутинной и проектной деятельностью. Навыки и умения руководителя проекта. Работа руководителя в команде. Эффективная коммуникация с подчиненными. Навыки эффективного решения конфликтов между членами команды. Эффективная мотивация подчиненных.

Вопросы для самоподготовки

1. Понятие «управление».
2. Различия между управлением рутинной и проектной деятельностью.
3. Навыки и умения руководителя проекта.
4. Эффективная коммуникация с подчиненными.
5. Навыки эффективного решения конфликтов между членами команды.
6. Эффективная мотивация подчиненных.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 9. Принципы работы над проектом в команде.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Причины популярности командного принципа работы в современном рекламном и PR-бизнесе. Особенности командной работы. Структура командной работы. Оптимальное количество в команде. Принципы организации команды: целеустремленность, сплоченность, ответственность. Качества хорошего командного игрока. Устав команды. Создание команды. Команды, работающие над проектами.

Джефф Сазерленд. Scrum - революционный метод управления проектами.

Вопросы для самоподготовки

1. Причины популярности командного принципа работы в современном рекламном и PR-бизнесе.
2. Особенности командной работы.
3. Навыки и умения руководителя проекта.
4. Принципы организации команды.
5. Качества хорошего командного игрока.
6. Джефф Сазерленд. Scrum - революционный метод управления проектами.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 10. Управление бюджетом проекта.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Бюджет как инструмент управления проектом. Виды затрат на реализацию проекта. Поэтапная оценка бюджета проекта в процессе его подготовки. Исходные данные для оценки проекта. Методы оценки «сверху вниз» и «снизу вверх». Расходы по капитальным и текущим операциям. Когда прогноз расходов превращается в план расходов

Вопросы для самоподготовки

1. Бюджет как инструмент управления проектом.
2. Исходные данные для оценки проекта.
3. Методы оценки «сверху вниз» и «снизу вверх».
4. Расходы по капитальным и текущим операциям.

5. Когда прогноз расходов превращается в план расходов.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 11. Учет и контроль хода реализации проекта.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Важность учета и контроля проекта. Проверки: пассивные и активные данные. Планирование учета проекта. Поэтапный учет результатов. Метод допустимых границ. Анализ товарных запасов. Учет методом S-образной кривой. Отчеты о результатах проверок и организация рабочих совещаний. Выработка корректирующих воздействий.

Вопросы для самоподготовки

1. Важность учета и контроля проекта.
2. Планирование учета проекта.
3. Отчеты о результатах проверок и организация рабочих совещаний.
4. Выработка корректирующих воздействий.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 12. Риски проекта.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Проблемы, возникающие при выборе проекта: неопределенность и риск. Как выявить риски проекта и как их уменьшить. Качественные критерии выбора проекта. Количественные критерии выбора проекта. Принятие решения о воплощении проекта. Выявление источников риска. Анализ и оценка риска. Анализ сценария. Варианты сценариев развития (оптимистический, пессимистический, вероятный).

Позитивный опыт успешных проектов и риски повторения негативного опыта провальных проектов. «Риски колеи», «риски куриной слепоты».

Вопросы для самоподготовки

1. Проблемы, возникающие при выборе проекта.
2. Принятие решения о воплощении проекта.
3. Выявление источников риска.
4. Анализ и оценка риска.
5. Позитивный опыт успешных проектов и риски повторения негативного опыта провальных проектов.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 13. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Неизбежность проблем, возникающих в процессе реализации проекта. Проблема недостатка информации при принятии решений. Решение о том, когда и как нужно решать данную проблему. Логика и интуиция в решении проблем. Метод целевой группы. Метод анализа сил. Диаграмма Ишикавы. Парето-анализ.

Вопросы для самоподготовки

1. Неизбежность проблем, возникающих в процессе реализации проекта.

2. Проблема недостатка информации при принятии решений.
3. Логика и интуиция в решении проблем.
4. Метод целевой группы.
5. Метод анализа сил.
6. Диаграмма Ишикавы.
7. Парето-анализ.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 14. Завершение рекламного или PR-проекта.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Важность грамотного завершения проекта. Момент окончания проекта. Функция руководителя проекта на завершающем этапе. Процесс завершения проекта. Завершение работ. Завершающая проверка и подведение итогов проекта. Сохранение материалов, имеющих отношение к проекту.

Вопросы для самоподготовки

1. Важность грамотного завершения проекта.
2. Функция руководителя проекта на завершающем этапе.
3. Завершающая проверка и подведение итогов проекта.
4. Сохранение материалов, имеющих отношение к проекту.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 15. Оценка эффективности проекта.

Перечень изучаемых элементов содержания учебной дисциплины. Определение эффективности рекламной кампании и корректировка целей. Разновидности контроля. Контролируемые показатели. Процедуры контроля и корректировки. Методы оценки эффективности рекламной и PR – кампаний. Экспертная

оценка в системе управления проектом.

Вопросы для самоподготовки

1. Определение эффективности рекламной кампании и корректировка целей.
2. Контролируемые показатели.
3. Процедуры контроля и корректировки.
4. Методы оценки эффективности рекламной и PR – кампаний.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является зачет (очная форма обучения -5 семестр, очно-заочная и заочная 6

семестр). экзамен (очная форма обучения -6 семестр, очно-заочная и заочная 7 семестр), который проводится в устной форме.

5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Индикаторы достижения профессиональных компетенций	Результаты обучения
УК-1	способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	компоненты компетенции соотносятся с содержанием дисциплины, компетенция реализуется частично	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие	Знать: основные категории психологии и связей с общественностью Уметь: осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Владеть: современной терминологией психологии рекламы и связей с общественностью,
			УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов	
			УК-1.3. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата	
			УК-1.4. Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования	
			УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их	

			историческом развитии и социально-культурном контексте	
ПКО-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	компоненты компетенции соотносятся с содержанием дисциплины, компетенция реализуется частично	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от-дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знать: основы реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Уметь: организовывать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия Владеть: навыками работы в планировании мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
			ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	
			ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
ПК-2	Способен осуществлять управление (менеджмент) информационными ресурсами	компоненты компетенции соотносятся с содержанием дисциплины, компетенция реализуется частично	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента	Знать: концепцию проекта, ее роль в создании системы управления Уметь: осуществлять выбор технологий реализации проекта Владеть: навыками управления производством рекламного продукта и управления рекламным процессом
			ПК-2.2. Осуществляет управление информацией из различных источников	

5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенции	Инструмент, оценивающий сформированность компетенции*	Показатель оценивания компетенции
УК-1 ПКО-1 ПК-2	Этап формирования знаниевой основы компетенций (этап	Реферат*/ Доклад* Тестирование*	А) полностью сформирована - 5 баллов Б) частично сформирована -

	формирования содержательно-теоретического базиса компетенции) Лекционные и практические занятия по темам: Тема 1. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования и управления проектами Тема 3. Основные аспекты управления проектами Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью Тема 5. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью Тема 6. Технология разработки креативного брифа Тема 7. Планирование проекта Тема 8. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта Тема 9. Принципы работы над проектом в команде Тема 10. Управление бюджетом проекта Тема 11. Учет и контроль хода реализации проекта Тема 12. Риски проекта Тема 13. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта Тема 14. Завершение рекламного или PR-проекта Тема 15. Оценка эффективности проекта	Экзамен*	3-4 балла С) не сформирована- 2 и менее баллов
--	--	----------	--

***Характеристики инструментов (средств), оценивающих сформированность компетенций:**

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. В реферате должна быть раскрыта тема, структура должна соответствовать теме и быть отражена в оглавлении, размер работы – 10-15 стр. печатного текста (список литературы и приложения в объем не входят), снабженного сносками и списком использованной литературы. Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения. Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной

темы реферата, раскрывает цель и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования. В основной части (может состоять из 2-3 параграфов) подробно раскрывается содержание вопросов темы. В заключении должны быть кратко сформулированы полученные результаты исследования, приведены обобщающие выводы. Заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы. В список литературы обучающийся включает только те издания, которые он использовал при написании реферата (не менее 5-7). В тексте обязательны ссылки на использованную литературу, оформленные в соответствии с ГОСТом. В приложении к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата. **Критерии оценки реферата:** 1) Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота проанализированного материала по теме; умение работать с отечественными и зарубежными научными исследованиями, критической литературой, периодикой, систематизировать и структурировать материал; г) обоснованность способов и методов работы с материалом, адекватное и правомерное использование методов классификации, сравнения и др.; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). 2) Оригинальность текста: а) самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); б) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. 3) Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). 4) Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы. б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы. Доклад – это научное сообщение на практическом занятии, заседании научного кружка или учебно-теоретической конференции. **Критерии оценки доклада:** соответствие содержания заявленной теме; актуальность, новизна и значимость темы; аргументированность, полнота, структурированность и логичность изложения; свободное владение материалом: последовательность, умение вести дискуссию, правильно отвечать на вопросы; самостоятельность, степень оригинальности предложенных решений, иллюстративности, обобщений и выводов; наличие собственного отношения автора к рассматриваемой проблеме/теме (насколько точно и аргументировано выражено отношение автора к теме доклада); представление материала: качество презентации, оформления; культура речи, ораторское мастерство (соблюдение норм литературного языка, правильное произношение слов и фраз, оптимальный темп речи; умение правильно расставлять акценты; умение говорить достаточно громко, четко и убедительно); использование профессиональной терминологии (оценка того, насколько полно отражены в выступлении обучающегося профессиональные термины и общекультурные понятия по теме, а также насколько уверенно выступающий ими владеет); выдержанность регламента.

Деловая и/или ролевая игра – совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные

профессиональные задачи. **Критерии оценки:** 2 балла – репродуктивный уровень участия в деловой игре (участвующий воспроизводит предлагаемые задания); 3 балла – продуктивный уровень (участвующий предлагает свои варианты действия); 4 балла – поисково-исследовательский уровень (участвующий применяет полученную информацию в нестандартных ситуациях); 5 баллов – креативный уровень (участвующий моделирует новое видение заданной проблемы).

Тестирование – это контрольное мероприятие по учебному материалу, состоящее в выполнении обучающимся системы стандартизированных заданий, которая позволяет автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Тестирование включает в себя следующие типы заданий: задание с единственным выбором ответа из предложенных вариантов, задание на определение верных и неверных суждений; задание с множественным выбором ответов. **Критерии оценки:** от 90% до 100% правильно выполненных заданий – отлично; от 70% до 89% правильно выполненных заданий – хорошо; от 50% до 69% правильно выполненных заданий – удовлетворительно; от 0 до 49 % правильно выполненных заданий – не удовлетворительно.

Экзамен – контрольное мероприятие, которое проводится по учебной дисциплине в виде, предусмотренном учебным планом, по окончании изучения курса. Занятие аудиторное, проводится в устной или письменной форме с использованием фондов оценочных средств по учебной дисциплине.

5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Текущая аттестация

Темы рефератов/докладов.

1. Примеры успешной реализации рекламных и PR-проектов компаниями, производящими товарную продукцию.
2. Примеры успешной реализации рекламных и PR-проектов компаниями, производящими услуги.
3. Примеры успешной реализации PR-проектов на государственном и межгосударственном уровне.
4. Краткая характеристика современных инструментов управления проектами.
5. Понятие уникальности проектов. Проявления уникальности.
6. Условия управления проектами внешними операторами. Достоинства и недостатки.
7. Условия управления проектами внутренним оператором. Достоинства и недостатки.
8. Задачи команды, управляющей реализацией PR-проектами.
9. Условия, необходимые для подготовки PR-проектов.
10. Этапы подготовки проектов
11. Цели и задачи этапа предпроектной подготовки.
12. Инструменты оперативного управления проектами.
13. Инструменты стратегического управления проектами.
14. Корректировка стратегии проекта.
15. Роль стратегии проекта для его реализации.
- 16 Scrum как метод управления проектами.
- 17 Методы коллективного творчества в проектной деятельности.

Тестирование по учебной дисциплине «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

1. Понятие «проект» объединяет разнообразные виды деятельности, характеризующиеся рядом следующих признаков:

- а) неограниченная протяженность во времени;
- б) направленность на достижение конкретных целей;
- в) обособленное выполнение многочисленных, взаимосвязанных действий;
- г) все перечисленные признаки.

2. Основное отличие проекта от производственной системы заключается в том, что:

- а) проект является неоднократной, циклической деятельностью;
- б) проект является однократной, не циклической деятельностью;
- в) принципиальных отличий нет.

3. С точки зрения системного подхода проект - это:

- а) документально оформленный план сооружения или конструкции;
- б) группа элементов, организованных таким образом, что они в состоянии действовать как единое целое в целях достижения поставленных перед ними целей;
- в) некоторая задача без определенных данных и результатов, которая должна быть решена в максимально возможный короткий срок времени;
- г) процесс перехода из исходного состояния в конечное – результат при участии ряда ограничений и механизмов.

4. Какие существуют ограничения при реализации проекта?

- а) культурологические;
- б) логистические;
- в) время;
- г) нормативно-правовые;
- д) финансовые;
- е) исследование ситуации и развития компании;
- ж) финансовые
- з) все перечисленные ограничения.

5. Применение управления проектами наиболее эффективно в проектах, связанных со следующими технологиями:

- а) электронными;
- б) строительными;
- в) коммуникационными;
- г) космическими;
- д) топливно-энергетическими;
- ж) все перечисленные технологии

6. Среди приведенных функций укажите только те, которые принадлежат проектному менеджменту?

- а) ответственность за возникшие изменения;
- б) устойчивый круг задач;
- в) успех определяется достижением промежуточных функциональных результатов;
- г) ответственность за пакет межфункциональных задач;
- д) преобладание нестандартной деятельности.

7. Выбрать термин для которого дано определение: «владелец проекта и будущий потребитель его результатов»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет

- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

8. Выбрать термин для которого дано определение: «осуществляет финансирование проекта за счет своих или привлеченных средств»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

9. Выбрать термин для которого дано определение: «коллективный орган, который выбирает проекты для реализации, утверждает планы работ и их изменения, назначает куратора и утверждает руководителя проекта»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

10. Выбрать термин для которого дано определение: «участники команды проекта, принимающие участие в управлении проектом»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

11. Выбрать термин для которого дано определение: «участники проекта, задействованные в его реализации»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом

- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

12. Выбрать термин для которого дано определение: «член команды управления проектом, лично отвечающий за все результаты проекта»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

13. Выбрать термин для которого дано определение: «представитель руководства родительской компании, курирующий выполнение работ проекта»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

14. Выбрать термин для которого дано определение: «заказчик или другие покупатели конечной продукции проекта»

- а) Инвестор проекта
- б) Координационный совет
- в) Куратор проекта
- г) Команда проекта
- д) Команда управления проектом
- е) Руководитель проекта
- ж) Потребители продукта проекта
- з) Инициатор проекта
- и) Заказчик проекта

15. Основные причины появления (источники идей) проектов:

- а) избыточные ресурсы;
- б) удовлетворенный спрос;
- в) инициатива предпринимателей;
- г) реакция на политическое давление;
- д) растущие доходы потребителей.

16. В процессе формирования инвестиционного замысла проекта должны быть получены ответы на одни из следующих вопросов:

- а) основные потребители продукции проекта;
- б) предполагаемые объемы сбыта продукции проекта;

- в) срок окупаемости;
- г) доходность проекта;
- д) цель и объект инвестирования;
- е) основные поставщики сырья.

17. К числу основных характеристик проекта следует относить:

- а) наличие альтернативных технических решений;
- б) сложность проекта;
- в) продолжительность проекта;
- г) исходно-разрешительная документация проекта;
- д) спрос на продукцию проекта;
- е) все перечисленные характеристики.

18. Разработка концепции проекта включает следующие этапы:

- а) прединвестиционные исследования;
- б) формирование идеи проекта;
- в) проектный анализ;
- г) предварительная проработка целей и задач проекта;
- д) предварительный анализ осуществимости проекта;
- е) оценка жизнеспособности и финансовой реализуемости проекта;
- ж) технико-экономическое обоснование проекта.

19. Сетевой график проекта предназначен для

- а) управления затратами времени на выполнение комплекса работ проекта
- б) управления материальными затратами
- в) управления конфликтами проектной команды
- г) управления рисками

20. Этап разработки обоснований инвестиций выполняется под руководством:

- а) заказчика (инвестора);
- б) проектной организацией;
- в) специализированной консалтинговой фирмой;
- г) все ответы верны.

21. Предварительное инвестиционное решение принимается на основании следующих материалов:

- а) детальный маркетинг;
- б) инженерно-геологические изыскания;
- в) результаты предпроектных обоснований;
- г) предварительное согласование места размещения объекта;
- д) политическая обстановка в стране;
- е) социокультурная характеристика населения.

22. Целью проектного анализа является:

- а) определение наличия альтернативных технических решений;
- б) оценка финансовой реализуемости проекта;
- в) составление бюджета проекта;
- г) определение результатов (ценности) проекта;
- д) стратегический анализ проектного окружения;
- е) все ответы верны.

23. Укажите, что из приведенного перечня является одним из видов проектного анализа:
- а) ситуационный;
 - б) организационный;
 - в) экологический;
 - г) финансовый;
 - д) технологический;
 - е) политический.
24. Задачей какого вида проектного анализа является оценка проекта с точки зрения конечных потребителей продукции или услуг, предлагаемых проектом:
- а) социального;
 - б) коммерческого;
 - в) ситуационного;
 - г) технологического;
 - д) экономического.
25. Для оценки жизнеспособности проекта сравнивают варианты проекта с точки зрения:
- а) их финансовой реализуемости;
 - б) сроков реализации;
 - в) простоты реализации;
 - г) их стоимости;
 - д) их прибыльности;
 - е) отсутствия рисков.
26. Для кого предназначается бизнес план?
- а) менеджеры;
 - б) потребители продукции проекта;
 - в) деловые партнеры;
 - г) собственники;
 - д) кредиторы;
 - е) проектировщики;
 - ж) подрядчики.
27. Что из ниже перечисленного не является видом организационной структуры управления проектом
- а) функциональная
 - б) матричная
 - в) стратегическая
 - г) проектная
28. Риск при осуществлении проекта
- а) вероятность возникновения неблагоприятных финансовых последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления.
 - б) вероятность возникновения неблагоприятных политических последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления.
 - в) вероятность возникновения неблагоприятных социальных последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления.
 - г) вероятность возникновения неблагоприятных экологических последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления.

29. Выберите понятие: программа проектов

- а) совокупность проектов, находящихся в компетенции одного центра ответственности
- б) группа взаимосвязанных проектов и различных мероприятий, объединенных общей целью и условиями их выполнения
- в) комплекс взаимосвязанных мероприятий, предназначенных для достижения поставленных целей с установленными требованиями к качеству результата в течение заданного времени и при установленном бюджете

30. Организация проектного финансирования подразумевает обеспечение проекта инвестиционными ресурсами, в состав которых входят:

- а) денежные средства;
- б) основные и оборотные средства;
- в) имущественные права и нематериальные активы предприятия;
- г) кредиты;
- д) займы и залоги;
- е) все ответы верны.

31. Основной особенностью проектного финансирования является:

- а) недостаточный учет и управление рисками;
- б) распределение рисков между участниками проекта;
- в) привлечение иностранных инвесторов;
- г) оценка доходов и затрат с учетом риска;
- д) отличительных особенностей не имеет.

32. Эффективность инвестиционного проекта – это категория отражающая:

- а) соответствие проекта целям и задачам его участников;
- б) уровень доходности проекта;
- в) результаты реализации проекта.

33. Зависимость от времени денежных поступлений и платежей при реализации проекта является:

- а) денежным притоком проекта;
- б) сальдо проекта;
- в) денежным потоком проекта;
- г) денежным оттоком проекта.

34. Притоками от операционной деятельности являются:

- а) доходы от реализации продукции;
- б) затраты на производство и сбыт продукции;
- в) доходы от сдачи имущества в аренду;
- г) возврат займов, предоставленных другим участникам.

35. Эффективность проекта может быть:

- а) коммерческой;
- б) бюджетной;
- в) организационной;
- г) социальной;
- д) экономической;
- е) финансовой;
- ж) все ответы верны.

36. Проект признается эффективным, если:

- а) $VHД > E$, $ЧДД \geq 0$;
- б) $VHД > 1$, $ЧДД \geq 0$;
- в) $VHД > E$, $ЧДД > 0$;
- г) $VHД < E$, $ЧДД > 0$.

37. Отбором проектной команды занимается:

- а) куратор проекта
- б) менеджер проекта
- в) спонсор проекта

38. Выберите правильную последовательность стадий существования команды проекта:

- а) образование, нормализация деятельности, интенсивное формирование, трансформация, исполнение планов по реализации проектов
- б) образование, интенсивное формирование, нормализация деятельности, исполнение планов по реализации проектов, трансформация
- в) интенсивное формирование, образование, нормализация деятельности, трансформация, исполнение планов по реализации проектов

39. График Ганта – это сетевая модель:

- а) в форме временных диаграмм
- б) в матричной форме
- в) в табличной форме

40. Управление риском проекта это

- а) системное применение политики, процедур и методов управления к задачам определения ситуации, идентификации, анализа, оценки, обработки, мониторинга риска и обмена информацией, для обеспечения снижения потерь и увеличения рентабельности.
- б) системное применение политики, процедур и методов управления целями проекта, анализа, оценки, обработки, мониторинга информацией, для обеспечения снижения потерь и увеличения рентабельности
- в) системное применение политики, процедур и методов управления командой проекта и обмена информацией, для обеспечения снижения потерь и увеличения рентабельности
- г) системное применение политики, процедур и методов управления к задачам определения ситуации, мониторинга риска и обмена информацией, для обеспечения снижения потерь.

41. К способам снижения проектного риска относится

- а) мотивирование
- б) планирование
- в) диверсификация
- г) контроль

42. Какой из видов коммуникации характеризуется неличным общением в присутствии каких-либо посредников?

- а) межличностная;
- б) массовая коммуникация;
- в) групповая коммуникация;
- г) межгрупповая коммуникация;
- д) внеличностная.

43. Какой из видов коммуникации характеризуется распространением информации на численно большие, рассредоточенные аудитории?

- а) межличностная коммуникация;
- б) массовая коммуникация;
- в) групповая коммуникация;
- г) межгрупповая коммуникация;
- д) рассредоточенная коммуникация.

44. Расположите этапы передачи и восприятия сообщения в процессе коммуникации в логической последовательности...

- а) вербализация (проговаривание);
- б) невербальное поведение;
- в) восприятие вербального сообщения;
- г) осмысление идеи;
- д) осознание идеи для сообщения;
- е) восприятие невербального поведения.

45. Что является предметом любого коммуникативного воздействия в первую очередь?

- а) поведение человека;
- б) состояние человека;
- в) духовно-психологическая сфера человека;
- г) отношение человека;
- д) покупательная способность человека.

46. Какая из перечисленных характеристик не входит в понятие информационной деятельности?

- а) создание информации;
- б) размножение информации;
- в) отмывание информации;
- г) сохранение информации.
- д) хранение информации.

47. Процесс рекламной коммуникации можно представить в виде совокупности элементов...

- а) коммуникатор – сообщение – реципиент;
- б) коммуникатор – сообщение – канал распространения сообщения – реципиент;
- в) коммуникатор – реципиент;
- г) коммуникатор – канал распространения сообщения – реципиент;
- д) канал распространения сообщения — коммуникатор.

48. Кто из перечисленных ниже мыслителей и исследователей коммуникационных процессов является автором пятизвенной модели политической коммуникации?

- а) У. Шрам;
- б) Аристотель;
- в) Г. Лассуэлл;
- г) Т. Адорно;
- д) В. Парето.

49. Какой из указанных каналов коммуникации относится к Системе средств массовой информации?

- а) рекламное агентство;
- б) авиаинии;
- в) почтовые перевозки;
- г) автомагистраль;
- коммутатор.

50. Какой из указанных процессов определяет тенденции развития средств массовой коммуникации?

- а) концентрация СМИ;
- б) регионализация СМИ;
- в) глобализация СМИ;
- г) централизация СМИ;
- д) тенденциозность СМИ.

51. Медиапланирование – это вид деятельности, который предполагает...

- а) разработку рекламной стратегии;
- б) обоснование рекламной идеи;
- в) разработку медиаплана;
- г) выбор творческой рекламной стратегии;
- д) глобальное стратегическое мышление.

52. Какой из перечисленных критериев лежит в основе выбора СМИ в качестве рекламоносителя?

- а) стоимость одного пункта рейтинга;
- б) рейтинг;
- в) личное влияние;
- г) максимальная эффективная частота контактов;
- д) личные предпочтения заказчика.

53. Какой из указанных терминов относится к стоимостным характеристикам медиаплана?

- а) охват аудитории;
- б) стоимость охвата одной тысячи зрителей;
- в) суммарный рейтинг;
- г) частота рекламных контактов;
- д) прибавочная стоимость.

54. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании нового товара?

- а) схема для обычного цикла приобретения;
- б) схема «обратный клин»;
- в) схема осведомленности;
- г) схема сезонного опережения;
- д) схема неосведомленности.

55. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании уже известного на рынке товара?

- а) блиц-схема;
- б) схема «быстрая мода»;
- в) схема переменного охвата;
- г) клинообразная схема;
- д) схема «обратный клин».

56. Какой из приведенных ниже показателей рассчитывается по формуле: число телезрителей, видевших рекламу не менее n раз/общая численность потенциальных телезрителей $\times 100\%$?
- GRP;
 - Share;
 - Frequency;
 - Reach;
 - Reach.
57. Потенциальной аудиторией телеканала называется...
- все население, проживающее в районах, где существует техническая возможность приема телеканала;
 - все домохозяйства данного региона, в которых включены телеприемники;
 - все домохозяйства данного региона, смотрящая в данный момент телеприемники;
 - вся целевая аудитория данной рекламы;
 - заинтересованная группа потребителей.
58. Какая из указанных медиастратегий при проведении рекламной кампании предполагает использование нескольких видов маркетинговых коммуникаций?
- Mix communication (стратегия ИМК);
 - Mix-media (стратегия смешанных средств массовой коммуникации);
 - Стратегия «Одного СМИ»;
 - BTL;
 - MAX-media.
59. Какой из терминов, указанных ниже, определяется как «сумма рейтингов всех размещений рекламы, предусмотренных в медиаплане»?
- GRP;
 - Share;
 - Frequency;
 - Reach;
 - GPS.
60. Какой из перечисленных видов исследования относится к исследованиям СМИ?
- опросы с целью определения уровня осведомленности о торговой марке;
 - опросы с целью анализа структуры потребления аудитории носителя;
 - качественный анализ уже состоявшихся или планируемых рекламных кампаний конкурентов;
 - определение уровня личного влияния;
 - определение уровня популярности продукта.
61. Какой из перечисленных видов исследований относится к определению коммуникативной эффективности рекламы?
- опросы с целью определения уровня осведомленности о торговой марке;
 - опросы с целью анализа структуры потребления аудитории носителя;
 - качественный анализ уже состоявшихся или планируемых рекламных кампаний конкурентов;
 - определение уровня личного влияния;
 - ни один из вышеперечисленных.

62. Какие из перечисленных паттернов применяют для устойчивых товаров?
- а) блиц-паттерн;
 - б) паттерн цикла покупки;
 - в) паттерн известности;
 - г) импульс-паттерн;
 - д) сезонный паттерн.

Перечень вопросов для промежуточного контроля знаний на зачете (очная форма обучения 5 семестр, очно-заочная и заочная 6 семестр)

1. Дайте определение проекта.
2. Какие существуют типы проектов по сферам деятельности?
3. Различия в формулировках определения.
4. Отличие традиционного определения проекта от определения, относящегося к рекламным PR-проектам.
5. Основные характеристики проекта и зависимость между ними.
6. Перечислите признаки, присущие проектам.
7. Что такое инвестиционный проект?
8. В чем сущность организационного, экономического, социального проектов?
9. Признаки классификации проектов.
10. Дайте общую классификацию проектов.
11. Раскройте содержание каждого типа проектов.
12. В чем заключаются миссия, цель и задачи проекта?
13. Первые PR-проекты. История создания.
14. Формы и сферы применения социологических исследований управления проектами в рекламе и PR.
15. Тестирование как метод диагностики в управленческой практике.
16. Перспективность использования инструментов психологии в исследовании управления проектами.
17. Что такое внешняя среда и каково ее влияние на разработку и реализацию проекта?
18. Маркетинговые исследования как основа эффективного управления проектами в рекламе и PR.
19. Что такое жизненный цикл проекта?
20. Основные фазы жизненного цикла проекта.
21. Каково содержание основных фаз инвестиционного проекта?
22. Охарактеризуйте концептуальную фазу проекта и приведите основные этапы этой фазы.
23. Фаза планирования проекта и основные этапы этой фазы.
24. Фаза реализации проекта и основные функции по управлению проектом в этой фазе.
25. Фаза завершения, эксплуатации и ликвидации проекта и основные функции по управлению проектами в этих фазах.
26. Основные участники проекта и их функции.
27. Организация управления проектами по принципу независимых команд.
28. Достоинства и недостатки организация управления проектами по принципу независимых команд.
29. Основные функции менеджера проекта и команды проекта.
30. Какова роль участников проекта: инициатора, заказчика, инвестора, проект-менеджера?
31. Какова роль участников проекта: команды проекта, контрактора, субконтрактора, потребителя проекта?

32. Типы конфликтов во время работы в группах.
33. Методы управления конфликтом.
34. Стили разрешения межличностных конфликтов.
35. Стресс и управление им в деятельности руководителя.
36. Управление персоналом, функции и категории работников.
37. Креативные основы проектирования в рекламе и PR
38. Средства актуализации творческого потенциала группы генерации идей.
39. Использование программных средств в проектировании.
40. Эволюция методических подходов к проектированию в рекламе и PR.
41. Тактика работы со СМИ в управлении проектами.
42. Основные задачи, назначение и принципы составления бизнес-плана.
43. Примерная структура бизнес плана.
44. Понятие об устойчивости проекта.
45. Дайте понятие управления проектом. В чем состоят функции управления проектом?
46. Управление инновационным проектом.
47. Основные организационные структуры управления проектами.
48. Организация управления проектами в рамках функциональной структуры. Достоинства и недостатки такой формы управления.
49. Раскройте организационные структуры управления проектом: матричную.
50. Матричная структура управления PR-проектами.

Перечень вопросов для промежуточного контроля знаний на экзамене (очная форма обучения 6 семестр, очно-заочная и заочная 7 семестр)

1. Дайте определение проекта.
2. Какие существуют типы проектов по сферам деятельности?
3. Различия в формулировках определения.
4. Отличие традиционного определения проекта от определения, относящегося к рекламным PR-проектам.
5. Основные характеристики проекта и зависимость между ними.
6. Перечислите признаки, присущие проектам.
7. Что такое инвестиционный проект?
8. В чем сущность организационного, экономического, социального проектов?
9. Признаки классификации проектов.
10. Дайте общую классификацию проектов.
11. Раскройте содержание каждого типа проектов.
12. В чем заключаются миссия, цель и задачи проекта?
13. Первые PR-проекты. История создания.
14. Формы и сферы применения социологических исследований управления проектами в рекламе и PR.
15. Тестирование как метод диагностики в управленческой практике.
16. Перспективность использования инструментов психологии в исследовании управления проектами.
17. Что такое внешняя среда и каково ее влияние на разработку и реализацию проекта?
18. Маркетинговые исследования как основа эффективного управления проектами в рекламе и PR.
19. Что такое жизненный цикл проекта?
20. Основные фазы жизненного цикла проекта.
21. Каково содержание основных фаз инвестиционного проекта?
22. Охарактеризуйте концептуальную фазу проекта и приведите основные этапы этой фазы.

23. Фаза планирования проекта и основные этапы этой фазы.
24. Фаза реализации проекта и основные функции по управлению проектом в этой фазе.
25. Фаза завершения, эксплуатации и ликвидации проекта и основные функции по управлению проектами в этих фазах.
26. Основные участники проекта и их функции.
27. Организация управления проектами по принципу независимых команд.
28. Достоинства и недостатки организация управления проектами по принципу независимых команд.
29. Основные функции менеджера проекта и команды проекта.
30. Какова роль участников проекта: инициатора, заказчика, инвестора, проект-менеджера?
31. Какова роль участников проекта: команды проекта, контрактора, субконтрактора, потребителя проекта?
32. Типы конфликтов во время работы в группах.
33. Методы управления конфликтом.
34. Стили разрешения межличностных конфликтов.
35. Стресс и управление им в деятельности руководителя.
36. Управление персоналом, функции и категории работников.
37. Креативные основы проектирования в рекламе и PR
38. Средства актуализации творческого потенциала группы генерации идей.
39. Использование программных средств в проектировании.
40. Эволюция методических подходов к проектированию в рекламе и PR.
41. Тактика работы со СМИ в управлении проектами.
42. Основные задачи, назначение и принципы составления бизнес-плана.
43. Примерная структура бизнес плана.
44. Понятие об устойчивости проекта.
45. Дайте понятие управления проектом. В чем состоят функции управления проектом?
46. Управление инновационным проектом.
47. Основные организационные структуры управления проектами.
48. Организация управления проектами в рамках функциональной структуры. Достоинства и недостатки такой формы управления.
49. Раскройте организационные структуры управления проектом: матричную.
50. Матричная структура управления PR-проектами.
51. Раскройте организационные структуры управления проектом: проектно-целевую, внешнего и внутреннего управления.
52. В чем состоит структуризация проекта и каковы его составляющие?
53. В чем заключается разница между функциональным, динамичным и предметным подходами к управлению проектом?
54. Какие существуют основные методы управления проектами, их предназначение и сущность?
55. Коллективная генерация идей в управлении проектами в рекламе и PR.
56. Что такое сетевой метод планирования и управления (СПУ)?
57. Раскройте основные понятия и определения СПУ.
58. Каковы интересы участников проекта и как осуществлять их учет в процессе управления?
59. Понятие о методе PERT расчета вероятных значений времени выполнения проекта.
60. Основные правила построения сетевых графиков, основные типы связей между операциями.

61. Календарное планирование бюджета и ресурсов проекта с использованием сетевых методов.
62. Что представляет собой базовый план-график кумулятивных затрат проекта (S-кривая)
63. Каковы основные методы управления проектами, их предназначение и сущность?
64. Дайте классификацию проектных рисков.
65. Назовите основные методы управления рисками.
66. Методы качественного анализа проектных рисков.
67. Основные методы количественного анализа проектных рисков
68. Метод мозгового штурма.
69. Перечислите и охарактеризуйте ресурсы, используемые при управлении проектом.
70. Какие существуют подсистемы управления проектом, их особенности?
71. Дайте понятие процесса. Виды процессов при управлении проектом.
72. Анализ чувствительности проекта, определение эластичности показателей эффективности проекта.
73. Бюджетное финансирование проектов.
74. Как осуществляется оценка жизнеспособности проекта: коммерческая, бюджетная эффективность?
75. Как осуществляется оценка жизнеспособности проекта: социально-экономическая эффективность?
76. Общественная значимость проекта.
77. Что такое экспертиза проекта?
78. Раскройте методы экспертизы, разновидности экспертизы.
79. Оценочные значения результатов экспертизы.
80. В чем состоит экологическая экспертиза: виды и принципы?
81. Методы оценки эффективности инновационного проекта
82. Методы оперативной оценки (мониторинга) времени и стоимостных показателей работ в процессе реализации проекта.
83. Как производится оценка эффективности проекта: виды эффектов и их показатели?
84. Разъясните основные критерии оценки эффективности проекта по его цели, стратегии и политике.
85. Каковы основные финансовые критерии оценки эффективности проекта?
86. Каковы основные научно-технические и производственные критерии оценки эффективности проекта?
87. Аудит и завершение работы над проектом.
88. Процесс закрытия проекта.
89. Оценка успешности выполнения проекта.
90. Оценка работы руководителя проекта, отдельных членов команды и команды в целом.
91. В чем заключаются назначение, содержание и этапы контроля реализации проекта?
92. Какие существуют элементы контроля и основные методы его осуществления в ходе реализации проекта?
93. Основные принципы построения эффективной системы контроля.
94. Какие применяются методы снижения рисков при реализации проекта?
95. Какие организационные формы работы над проектом существуют в настоящее время?
96. Раскрыть понятие управления временем проекта.
97. Раскрыть понятие управления качеством проекта.

98. Основные этапы закрытия контракта.
99. Характеристика проектных рисков и меры по их снижению.
100. Постпроектная оценка.

5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Критерии оценки ответа на вопросы зачета.

Ответы обучающегося на зачете оцениваются педагогическим работником по варианту зачтено/незачтено.

«Зачтено» – обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок;

«Незачтено» - обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

Критерии оценки ответа на вопросы экзамена:

Ответы обучающегося **на экзамене** оцениваются педагогическим работником по **пятибалльной системе**.

5 баллов – обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок;

4 баллов – обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий;

3 баллов – обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий;

2 баллов – обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

6.1. Основная литература.

1. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>

6.2. Дополнительная литература

1. Беликова И. П. Организационное проектирование и управление проектами: учебное пособие / Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, 2014, 88 http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=438686

7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.

1. <http://mon.gov.ru> – сайт Минобрнауки РФ
2. <http://www.edu.ru/> – библиотека федерального портала «Российское образование» (содержит каталог ссылок на интернет-ресурсы, электронные библиотеки по различным вопросам образования)
3. <http://www.prilib.ru> – Президентская библиотека
4. <http://www.rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека
5. <http://elibrary.rsl.ru/> – сайт Российской государственной библиотеки (раздел «Электронная библиотека»)
6. <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека «Elibrary»
7. <http://lib.icone.ru> – Электронно-библиотечная система АНО ВО «Институт непрерывного образования»
8. <https://uisrussia.msu.ru> Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)
9. <http://www.rubricon.com> Рубикон. Крупнейший энциклопедический ресурс интернета
10. <http://biblioclub.ru> ЭБС Университетская библиотека

8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины **«Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»** предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Института.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к практическому занятию

При подготовке к практическому занятию следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает несколько моментов:

- консультирование студентов преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в аудитории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к экзамену.

К экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине.

При подготовке к экзамену обратите внимание на практические задания на основе теоретического материала.

При подготовке к ответу на вопросы экзамена по теоретической части учебной дисциплины выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.).

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

9. Программное обеспечение информационно-коммукационных технологий

9.1. Информационные технологии

1. Персональные компьютеры
2. Доступ к интернет
3. Проектор
4. Система VOTUM.

9.2. Программное обеспечение

1. Windows 7

2. LibreOffice Writer,
3. LibreOffice Calc,
4. LibreOffice Impress

9.3. Информационные справочные системы

1. Университетская информационная система РОССИЯ - <http://www.cir.ru/>
2. Электронная библиотечная система Университетская библиотека - <http://biblioclub.ru>

10. Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы по учебной дисциплине

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа (практические занятия), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Оснащенность • Комплект мебели • интерактивная доска Trace Board с установленной системой интерактивного опроса Votum-11 • Монитор Panasonic • Портативный 3D видеопроектор InFocus IN 122 для презентаций	109542, г. Москва, Рязанский проспект, 86/1, стр.3, этаж 3, Часть нежилого помещения
Библиотека (читальный зал), помещение для самостоятельной работы обучающихся Оснащенность • Комплект мебели • Компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭИОС института • принтер Программное обеспечение: • Windows 7 • LibreOffice Writer, • LibreOffice Calc, • LibreOffice Impress	109542, г. Москва, Рязанский проспект, 86/1, стр.3, этаж 3, Часть нежилого помещения

• ЭПС «Система Гарант» • ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся. Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования Комплект мебели • Компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭИОС института • принтер Программное обеспечение: • Windows 7 • LibreOffice Writer, • LibreOffice Calc, • LibreOffice Impress	109542, г. Москва, Рязанский проспект, 86/1, стр.3, этаж 3, Часть нежилого помещения
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практические занятия), курсового проектирования (выполнение курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Комплект мебели • Переносные компьютеры (нетбуки Asus -11 шт.) • Комплект демонстрационных материалов Программное обеспечение: • LibreOffice Writer, • LibreOffice Calc, • LibreOffice Impress	109542, г. Москва, Рязанский проспект, 86/1, стр.3, этаж 3, Часть нежилого помещения

11. Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины **«Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»** применяются различные образовательные технологии.

Освоение учебной дисциплины **«Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме дискуссии, разбора конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.