



Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
Московской области

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова

ГОСУДАРСТВЕННОЕ  
БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ  
ОБЛАСТИ "ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ДВАЖДЫ  
ГЕРОЯ СОВЕТСКОГО СОЮЗА,  
ЛЕТЧИКА-КОСМОНАВТА  
А.А.ЛЕОНОВА"

Подписано цифровой подписью:  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ  
ОБЛАСТИ "ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ДВАЖДЫ  
ГЕРОЯ СОВЕТСКОГО СОЮЗА,  
ЛЕТЧИКА-КОСМОНАВТА  
А.А.ЛЕОНОВА"

**УТВЕРЖДАЮ**  
**Проректор по учебной работе**  
**Е.К. Самаров**  
«22» июня 2021 г.

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА  
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

***КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН***

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
«ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль):** Современные коммуникационные технологии  
и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная, заочная

Королев  
2021

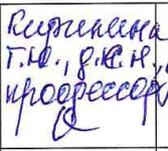
Рабочая программа является составной частью основной профессиональной образовательной программы и проходит рецензирование со стороны работодателей в составе основной профессиональной образовательной программы. Рабочая программа актуализируется и корректируется ежегодно.

**Автор: Козтева У.А. Рабочая программа дисциплины (модуля): Основы проектной деятельности – Королев МО: «Технологический университет», 2021.**

Рецензент: **Кирилина Т.Ю.**

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и Учебного плана, утвержденного Ученым советом Университета. Протокол № 13 от 22 июня 2021 года.

**Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:**

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Кирилина Т.Ю., д.с.н., профессор 	 Т.Ю., д.с.н., профессор	 Т.Ю., д.с.н., проф.		
Год утверждения (переутверждения)	2021	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания кафедры	№ 11 от 10.06.2021	№ 11 от 02.06.22	№ 11 от 21.04.23		

**Рабочая программа согласована:**  
Руководитель ОПОП ВО  **Т.Ю. Кирилина, д.соц.н, профессор**

**Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:**

Год утверждения (переутверждения)	2021	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания УМС	№ 7 от 15.06.2021	№ 5 от 21.06.22	№ 6 от 16.05.23		

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

**Целью** дисциплины является формирование у студентов системного методического подхода к проектной деятельности и приобретение практических навыков проектной работы в рекламе и связях с общественностью, формирование высокой проектной культуры, знаний об информационных технологиях как составляющей процесса информатизации социальных исследований, а также привитие навыков использования современных информационных технологий в социологических исследованиях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

### **Профессиональные компетенции:**

**(ПК-3)** – способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, отчеты, представлять результаты научно-исследовательской работы в виде научных публикаций, рефератов, презентаций, в том числе оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных художественных средств редактирования и печати; владеть опытом публичных выступлений с научными докладами и сообщениями;

**(ПК-4)** – способность участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;

**(ПК-10)** - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Основными задачами дисциплины является:

— усвоение роли грамотной организации проектной деятельности для эффективного решения задач специалистов о сфере рекламы и связей с общественностью различной сложности;

— изучение основ и методов планирования этапов будущего проекта;

— изучение основ тайм менеджмента в проектной дизайнерской деятельности;

— обретение навыков формирования и формулирования задач для индивидуальной и совместной (коллективной) проектной деятельности;

— применение инновационных креативных технологий и методик для создания и совершенствования творческих идей;

— создание «лаборатории дизайна» как коллективного и индивидуального инструмента творческого становления и профессионального роста;

— обретение навыков правильного оформления готового проекта для презентации (в том числе, заказчику), для выставки, просмотра, печати, архива.

Показатель освоения компетенции отражают следующие индикаторы:

### **Трудовые действия:**

ПК-3.2. Представляет результаты научно-исследовательской работы в виде научных публикаций, рефератов, презентаций, в том числе оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных художественных средств редактирования и печати.

ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.

ПК-10.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.

#### **Необходимые умения:**

ПК-3.2. Представляет результаты научно-исследовательской работы в виде научных публикаций, рефератов, презентаций, в том числе оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных художественных средств редактирования и печати.

ПК-3.3. Владеет опытом публичных выступлений с научными докладами и сообщениями.

ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

ПК-10.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

#### **Необходимые знания:**

ПК-3.1. Профессионально составляет и оформляет научно-техническую документацию, отчеты.

ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПК-10.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.

## **2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «**Основы проектной деятельности**» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее изученных дисциплинах: «Введение в коммуникационные специальности» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5. Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми при изучении дисциплин: «Разработка и реализация проекта», «Обоснование проекта», «Социальное проектирование и прогнозирование» и выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### 3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет для обучающихся по очной и заочной форме обучения составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

*Таблица 1*

<b>ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ</b>			
Виды занятий	Всего часов	Семестр 3	Семестр 4
<b>Общая трудоемкость</b>	144	72	72
<b>Аудиторные занятия</b>	32	16	16
Лекции (Л)	-	-	-
Практические занятия (ПЗ)	32	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Практическая подготовка	16	8	8
<b>Самостоятельная работа</b>	112	56	56
<b>Курсовые работы (проекты)</b>	-	-	-
<b>Расчетно-графические работы</b>	-	-	-
<b>Контрольная работа</b>	-	-	-
<b>Текущий контроль знаний</b>	Тест	Тест	Тест
<b>Вид итогового контроля</b>	Зачет / Зачет с оценкой	Зачет	Зачет с оценкой
<b>ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ</b>			
Виды занятий	Всего часов	Курс 2	
		Зимняя сессия	Летняя сессия
<b>Общая трудоемкость</b>	144	72	72
<b>Аудиторные занятия</b>	8	4	4
Лекции (Л)	-	-	-
Практические занятия (ПЗ)	8	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Практическая подготовка	4	2	2
<b>Самостоятельная работа</b>	136	68	68
<b>Курсовые работы (проекты)</b>	-	-	-
<b>Расчетно-графические работы</b>	-	-	-
<b>Контрольная работа</b>	-	-	-
<b>Вид итогового контроля</b>	Зачет / Зачет с оценкой	Зачет	Зачет с оценкой

### 4. Содержание дисциплины (модуля)

#### 4.1 Темы дисциплин и виды занятий

*Таблица 2*

Наименование темы	Лекции, час. Очное / Заочное	Практические занятия, час. Очное / Заочное	Занятия в интерактивной форме, час. Очное / Заочное	Практическая подготовка, час. Очное / заочное	Коды компетенций
<b>3 семестр</b>					
<b>Тема 1.</b> Понятие о проектировании в сфере рекламы. Рекламная кампания	-	4 / 1	1 / 0,5	2 / 0,5	ПК-3, ПК-4, ПК-10
<b>Тема 2.</b> Этапы проектирования рекламной кампании. Бриф. Креативная стратегия.	-	4 / 1	1 / 0,5	2 / 0,5	ПК-3, ПК-4, ПК-10

SMART. SWOT-анализ.					
<b>Тема 3.</b> Методы исследования и представления результатов.	-	4 / 1	1 / 0,5	2 / 0,5	<b>ПК-3, ПК-4, ПК-10</b>
<b>Тема 4.</b> Структуризация и планирование проекта	-	4 / 1	1 / 0,5	2 / 0,5	<b>ПК-3, ПК-4, ПК-10</b>
<b>Итого за 3 семестр:</b>	-	<b>16 / 4</b>	<b>4 / 2</b>	<b>8 / 2</b>	
<b>4 семестр</b>					
<b>Тема 5.</b> Фандрайзинг и бюджет проекта	-	4 / 1	1 / 0,5	2 / 0,5	<b>ПК-3, ПК-4, ПК-10</b>
<b>Тема 6.</b> Оценка проектной деятельности	-	4 / 1	1 / 0,5	2 / 0,5	<b>ПК-3, ПК-4, ПК-10</b>
<b>Тема 7.</b> Online и Offline способы продвижения проекта	-	4 / 1	1 / 0,5	2 / 0,5	<b>ПК-3, ПК-4, ПК-10</b>
<b>Тема 8.</b> Презентация как средство демонстрации проекта	-	4 / 1	1 / 0,5	2 / 0,5	<b>ПК-3, ПК-4, ПК-10</b>
<b>Итого за 4 семестр</b>		<b>16 / 4</b>	<b>4 / 2</b>	<b>8 / 2</b>	<b>ПК-3, ПК-4, ПК-10</b>
<b>Итого по дисциплине:</b>	-	<b>32/8</b>	<b>8/4</b>	<b>16 / 4</b>	

## 4.2 Содержание тем дисциплины

### **Тема 1. Понятие о проектировании в сфере рекламы. Рекламная кампания**

Понятие о проекте. Признаки проекта. Классификация проектов. Этапы жизненного цикла проекта. Рекламная кампания как особый вид проектной деятельности. Основные цели рекламной кампании. Типы рекламных кампания. Принципы эффективной рекламной кампании.

### **Тема 2. Этапы проектирования рекламной кампании. Бриф. Креативная стратегия. SMART. SWOT-анализ**

Общая характеристика этапов рекламной кампании. Коммуникация с заказчиком рекламной кампании на этапе инициации проекта. Бриф: определение, структура, классификация. Предварительное формулирование проектной идеи. Определение креативной стратегии. Разработка оригинальной концепции. Определение целей проекта. SMART-анализ целей рекламной кампании. Выделение объекта рекламной кампании. SWOT-анализ объекта рекламной кампании. Определение целевой аудитории проекта.

### **Тема 3. Методы исследования и представления результатов**

Постановка проблемы исследования. Методы исследований в проектировании. Основные характеристики, подлежащие анализу на этапе инициации и планирования проекта. Первичные и вторичные исследования. Контент-анализ. Полевые методы исследования: наблюдение, эксперимент,

опрос. Структура опросника. Типы вопросов. Инструменты анализа полученных данных.

#### **Тема 4. Структуризация и планирование проекта**

Структура проекта. Основные задачи структуризации проекта. Порядок структуризации. Методы структуризации проекта. Модели структуризации проекта: дерево целей, дерево решений, дерево работ. Матрица ответственности. Сетевой график проекта. Схема коммуникации. Календарный график проекта. Диаграмма Ганта.

#### **Тема 5. Фандрайзинг и бюджет проекта**

Определение фандрайзинга. Этапы фандрайзинга. Основные сферы применения. Принципы фандрайзинга. Виды источников фандрайзинга. Методы и технологии фандрайзинга. Смета и бюджет проекта. Затраты проекта. 5 ключевых статей затрат рекламного бюджета.

#### **Тема 6. Оценка проектной деятельности**

Анализ ключевых рисков и способы их минимизации. Контроль в рекламной кампании. Методы посттестирования: отзыв с помощью, отзыв без помощи, метод Геллапа-Робинсона, метод Старча, метод тайников. Методы определения эффективности рекламной кампании. Экономическая и социальная эффективность рекламной кампании.

#### **Тема 7. Online и Offline способы продвижения проекта**

Способы продвижения проекта. Сайт как средство продвижения проекта. Социальные сети. Баннерная реклама. Контекстная реклама. Email-маркетинг. Преимущества и недостатки онлайн способов продвижения проектов в области рекламы. Продвижение в СМИ. Offline мероприятия и акции. Флаеры, буклеты, открытки. Наружная реклама. Реклама на вещах и сувенирная продукция. Преимущества и недостатки offline способов продвижения рекламных проектов.

#### **Тема 8. Презентация как средство демонстрации проекта**

Понятие о презентации проекта и ее эффективности. Условия проведения эффективной презентации проекта. Алгоритм процесса подготовки презентации: определение цели презентации проекта, определение специфики аудитории, разработка содержания и структуры презентации, подготовка к ответам аудитории, визуализация презентации. Программы и сайты для создания презентаций.

### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

«Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Основы проектной деятельности» приведены в Приложении 2.

### **6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) приведен в Приложении 1 к настоящему Положению.

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **Основная:**

1. Литвин, Ю.И. Проектный менеджмент: теория и практика: учебное пособие и практикум для бакалавриата : [16+] / Ю.И. Литвин, И.Ю. Литвин, Р.Р. Харисова. – Москва : Прометей, 2020. – 241 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576053>

2. Данилова, И.И. Введение в проектную и научно-исследовательскую деятельность : учебное пособие : [16+] / И.И. Данилова, Ю.В. Привалова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 107 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577704>

3. Никитаева, А.Ю. Проектный менеджмент : учебное пособие / А.Ю. Никитаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 189 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499893>

### **Дополнительная литература:**

1. Тихомирова, О. Г. Управление проектами: практикум : учебное пособие / О.Г. Тихомирова. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 273 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/17635. - ISBN 978-5-16-011601-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1221080>

2. Харченко, К.В. Проектное управление в государственных и муниципальных органах и учреждениях : учебное пособие : [16+] / К.В. Харченко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2018. – 167 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577845>

3. Организация проектной деятельности : учебное пособие / Л.М. Тухбатуллина, Л.А. Сафина, В.В. Хамматова и др. ; Министерство образования и науки России, Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2018. – 100 с. : табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561106>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://biblioclub.ru/> - Университетская библиотека ONLINE
2. <http://www.znanium.com/catalog> - Электронно-библиотечная система

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) приведены в Приложении 2 к настоящей рабочей программе.

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

**Перечень программного обеспечения:** MSOffice, PowerPoint, IBM SPSS Statistic 22.

**Информационные справочные системы:** Электронные ресурсы образовательной среды Университета.

**Ресурсы информационно-образовательной среды МГОТУ:**

Рабочая программа и методическое обеспечение по курсу «**Основы проектной деятельности**».

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

**Практические занятия:**

- Аудитория, оснащенная мультимедийными средствами (проектор, ноутбук), демонстрационными материалами (наглядными пособиями).

**Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА  
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

***КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН***

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)  
«ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»  
(Приложение 1 к Рабочей программе)**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль):** Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная, заочная

Королев  
2021

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

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции, обучающийся приобретает:		
				Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
1	<b>ПК-3</b>	Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, отчеты, представлять результаты научно-исследовательской работы в виде научных публикаций, рефератов, презентаций, в том числе оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных художественных средств редактирования и печати; владеть опытом публичных выступлений с научными докладами и сообщениями	Тема 1-8	ПК-3.2. Представляет результаты научно-исследовательской работы в виде научных публикаций, рефератов, презентаций, в том числе оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных художественных средств редактирования и печати.	ПК-3.2. Представляет результаты научно-исследовательской работы в виде научных публикаций, рефератов, презентаций, в том числе оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных художественных средств редактирования и печати. ПК-3.3. Владеет опытом публичных выступлений с научными докладами и сообщениями.	ПК-3.1. Профессионально составляет и оформляет научно-техническую документацию, отчеты.
2	<b>ПК-4</b>	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Тема 1-8	ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
3	<b>ПК-10</b>	Способность применять основные технологии маркетинговых	Тема 1-8	ПК-10.2. Принимает участие в организации и выполнении	ПК-10.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с различными	ПК-10.1. Использует основные маркетинговые инструменты при

	коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	целевыми группами.	планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.
--	---	--	---	--------------------	--

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

Код компетенции	Инструменты, оценивающие сформированность компетенции	Показатель оценивания компетенции	Критерии оценки
ПК-3, ПК-4, ПК-10	Тест	А) полностью сформирована – 90% правильных ответов Б) частично сформирована – 70% правильных ответов В) не сформирована – 50% и менее правильных ответов	Проводятся письменно. Время отведенное на процедуру - 30 минут. Неявка – 0 баллов. Критерии оценки определяются процентным соотношением: Удовлетворительно - от 51% правильных ответов. Хорошо - от 70%. Отлично – от 90%. <b>Максимальная оценка – 5 баллов.</b>

## 3. 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

### Тестовые задания

**ПК-3** - Способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, отчеты, представлять результаты научно-исследовательской работы в виде научных публикаций, рефератов, презентаций, в том числе оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных художественных средств редактирования и печати; владеть опытом публичных выступлений с научными докладами и сообщениями

#### Задание на выбор правильного ответа

##### 1. Проект – это ...

(!) временное предприятие, имеющее своей целью создание уникального продукта, услуги или достижение конкретного результата в заданные сроки, в рамках указанного бюджета

(?) постоянно повторяющееся мероприятие, имеющее целью позиционирование продукта или услуги в рамках определенного бюджета

(?) разовое предприятие для достижения конкретного результата

**2. По масштабу различают следующие проекты (укажите вариант, где указаны все типы проектов):**

- (!) Микропроекты; Малые проекты; Средние проекты; Мегапроекты
- (?) Малые проекты; Средние проекты; Большие проекты
- (?) Микропроекты; Малые проекты; Средние проекты; Грандиозные проекты

**3. Какова продолжительность среднесрочных проектов?**

- (!) 3–5 лет
- (?) 1-2 года
- (?) 5-10 лет

**4. Сколько этапов включает в себя жизненный цикл проекта?**

- (?) 3
- (!) 5
- (?) 8

**5. Рекламная кампания – это ...**

- (!) комплекс рекламных мероприятий, направленных на достижение общей маркетинговой цели
- (?) комплекс мероприятий по продвижению товара, имеющий определенный бюджет
- (?) реклама продукции или услуги, приводящаяся регулярно в определенные сроки

**8. Бриф – это ...**

- (!) краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламным агентством, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании
- (?) устав рекламного агентства, где прописаны цели и задачи его работы
- (?) смета будущего рекламного проекта

**9. SMART – это...**

- (!) метод описания цели, включающий в себя: конкретность, измеримость, достижимость, важность и определенность по срокам
- (?) технология целеполагания, в основе которой лежит конкретность, достижимость и определенность по срокам
- (?) метод описания цели по ее измеримости, важности и определенности

**10. Слово «проект» в буквальном переводе обозначает:**

- (?) самый главный
- (?) предшествующий действию
- (!) брошенный вперед

**Задание с открытыми вопросами**

**1. Что такое целевая аудитория?**

**Ответ:** реальная и потенциальная аудитория, на которую направлена маркетинговая коммуникация

**2. Рекламная кампания – это ...**

**Ответ:** комплекс рекламных мероприятий, направленных на достижение общей маркетинговой цели

**3. Технический прием создания иллюзии движущегося изображения**

**Ответ:** анимация

**4. Позиционирование товара– это ?**

Ответ: определение потребительских свойств товара и их сравнение с аналогичными свойствами товара-конкурента для уточнения места товара на рынке и коммуникационной политики

**5. Прайм-тайм– это?**

Ответ: Время наибольшего охвата аудитории телеканала

**6. Паспортичка– это ...**

Ответ: часть анкеты, которая содержит вопросы по выявлению профессии, образования, возраста, семейного положения, пола и других социальных характеристик респондента

**7. Бриф– это ...**

Ответ: краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламным агентством, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании

**8. Как называется метод описания цели, включающий в себя: конкретность, измеримость, достижимость, важность и определенность по срокам?**

Ответ: SMART

**9. Проект– это ...**

Ответ: Временное предприятие, имеющее своей целью создание уникального продукта, услуги или достижение конкретного результата в заданные сроки, в рамках указанного бюджета

**10. Расположение частей целого в порядке от высшего к низшему – это ...**

Ответ: иерархия

**Задание на соответствие**

**1. Соотнесите научное понятие и его определение**

Понятие	Определение
1. Прайм-тайм	А) краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламным агентством, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании
2. Бриф	Б) временное предприятие, имеющее своей целью создание уникального продукта, услуги или достижение конкретного результата в заданные сроки, в рамках указанного бюджета
3. Проект	В) комплекс рекламных мероприятий, направленных на достижение общей маркетинговой цели
4. Рекламная кампания	Г) время наибольшего охвата аудитории телеканала

**Ответы:** 1 – Г; 2 – А; 3 – Б; 4 – В

**ПК-4** - Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

**Задание на выбор правильного ответа**

**1. Выберите правильное выражение**

(?) цель проекта может быть неконкретной и иметь различное понимание;

- (?) ошибка в постановке цели проекта не влияет на результат;  
(!) достижимость цели проекта обозначает, что она должна быть реалистичной.
- 2. Как называется временной промежуток между началом реализации и окончанием проекта?**
- (?) Стадия проекта  
(!) Жизненный цикл проекта  
(?) Результат проекта
- 3. В Microsoft Project есть следующие типы ресурсов:**
- (!) Материальные, трудовые, затраты  
(?) Материальные, трудовые, временные  
(?) Трудовые, финансовые, временные
- 4. Проект, который имеет лишь одного постоянного сотрудника – управляющего проектом, является ... матричной структурой.**
- (?) Ординарной  
(?) Единичной  
(!) Слабой
- 5. Два инструмента, содействующих менеджеру проекта в организации команды, способной работать в соответствии с целями и задачи проекта – это структурная схема организации и....**
- (?) Укрупненный график  
(!) Матрица ответственности  
(?) Должностная инструкция
- 6. Как называется временное добровольное объединение участников проекта, основанное на взаимном соглашении и направленное на осуществление прибыльного, но капиталоемкого проекта?**
- (?) Консолидация  
(!) Консорциум  
(?) Интеграция
- 7. Завершающая фаза жизненного цикла проекта состоит из приемочных испытаний и ...**
- (?) Контрольных исправлений  
(!) Опытной эксплуатации  
(?) Модернизации
- 8. Расположение частей целого в порядке от высшего к низшему называется:**
- (!) иерархией  
(?) градацией  
(?) демократическим централизмом
- 9. Архитектура программы включает:**
- (!) Проекты  
(?) Активы  
(?) Структурные подразделения
- 10. Причиной перехода к проектно-ориентированному управлению является:**
- (?) Текущая операционная деятельность  
(?) Циклические процессы в компании

- (?) Решение управляющего проектным офисом  
(!) Видение руководством компании своего будущего развития

**Задание с открытыми вопросами**

**1. Какие факторы необходимо учитывать в процессе принятия решения о реализации инвестиционного проекта?**

Ответ: Инфляцию, риски, альтернативные варианты инвестирования

**2. Два инструмента, содействующих менеджеру проекта в организации команды, способной работать в соответствии с целями и задачи проекта – это структурная схема организации и....**

Ответ: Матрица ответственности

**3. Назовите метод контроля фактически выполненных работ по реализации проекта, позволяющий провести учет некоторых промежуточных итогов для незавершенных работ.**

Ответ: 50 на 50

**4. Три способа финансирования проектов: самофинансирование, использование заемных и ... средств.**

Ответ: Привлекаемых

**5. Состояния, которые проходит проект в процессе своей реализации – это ... проекта.**

Ответ: Фазы

**6. Объединение ресурсов в процессе создания виртуального офиса проекта характеризуется ... независимостью.**

Ответ: Территориальной

**7. Завершающая фаза жизненного цикла проекта состоит из приемочных испытаний и ...**

Ответ: Опытной эксплуатации

**8. Как называются денежные потоки, которые поступают от каждого участника реализуемого проекта?**

Ответ: Притоки

**9. Как называется организационная структура управления проектами, применяемая в организациях, которые постоянно занимаются реализацией одного или нескольких проектов?**

Ответ: Всеобщее управление проектами

**10. Проект, заказчик которого может решиться увеличить его окончательную стоимость по сравнению с первоначальной, является:**

Ответ: Краткосрочным

<b>ПК-10</b> - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
--

**Задание на выбор правильного ответа**

**1. Что из перечисленного не является преимуществом проектной организационной структуры?**

- (!) Объединение людей и оборудования происходит через проекты  
(?) Командная работа и чувство сопричастности  
(?) Сокращение линий коммуникации

**2. Что включают в себя процессы организации и проведения контроля качества проекта?**

- (?) Проверку соответствия уже полученных результатов заданным требованиям
- (?) Составление перечня недоработок и отклонений
- (!) Промежуточный и итоговый контроль качества с составлением отчетов

**3. Метод освоенного объема дает возможность:**

- (?) Освоить минимальный бюджет проекта
- (!) Выявить, отстает или опережает реализация проекта в соответствии с графиком, а также подсчитать перерасход или экономию проектного бюджета
- (?) Скорректировать сроки выполнения отдельных процессов проекта

**4. Какая часть ресурсов расходуется на начальном этапе реализации проекта?**

- (!) 9-15 %
- (?) 15-30 %
- (?) до 45 %

**5. Как называется организационная структура управления проектами, применяемая в организациях, которые постоянно занимаются реализацией одного или нескольких проектов?**

- (?) Материнская
- (?) Адхократическая
- (!) Всеобщее управление проектами

**6. Проект, заказчик которого может решиться увеличить его окончательную стоимость по сравнению с первоначальной, является:**

- (?) Простым
- (!) Краткосрочным
- (?) Долгосрочным

**7. Объединение ресурсов в процессе создания виртуального офиса проекта характеризуется ... независимостью.**

- (!) Территориальной
- (?) Финансовой
- (?) Правовой

**8. Какие факторы сильнее всего влияют на реализацию проекта?**

- (?) Экономические и социальные
- (?) Экономические и организационные
- (!) Экономические и правовые

**9. Назовите отличительную особенность инвестиционных проектов:**

- (?) Большой бюджет
- (!) Высокая степень неопределенности и рисков
- (?) Целью является обязательное получение прибыли в результате реализации проекта

**10. Что такое веха?**

- (!) Знаковое событие в реализации проекта, которое используется для контроля за ходом его реализации
- (?) Логически взаимосвязанные процессы, выполнение которых приводит к достижению одной из целей проекта

(?) Совокупность последовательно выполняемых действий по реализации проекта

### Задание с открытыми вопросами

#### **1. Участники проекта – это:**

Ответ: Физические и юридические лица, непосредственно задействованные в проекте или чьи интересы могут быть затронуты в ходе выполнения проекта

#### **2. Инициация проекта является стадией в процессе управления проектом, по итогам которой:**

Ответ: Санкционируется начало проекта

#### **3. Что такое предметная область проекта?**

Ответ: Объемы проектных работ и их содержание, совокупность товаров и услуг, производство (выполнение) которых необходимо обеспечить как результат выполнения проекта

#### **4. Для чего предназначен метод критического пути?**

Ответ: Для оптимизации в сторону сокращения сроков реализации проекта

#### **5. Структурная декомпозиция проекта – это:**

Ответ: Наглядное изображение в виде графиков и схем всей иерархической структуры работ проекта

#### **6. Какие факторы необходимо учитывать в процессе принятия решения о реализации инвестиционного проекта?**

Ответ: Инфляцию, риски, альтернативные варианты инвестирования

#### **7. Как называется временной промежуток между началом реализации и окончанием проекта?**

Ответ: Жизненный цикл проекта

#### **8. В Microsoft Project есть следующие типы ресурсов:**

Ответ: Материальные, трудовые, затратные

#### **9. Проект, который имеет лишь одного постоянного сотрудника – управляющего проектом, является ... матричной структурой.**

Ответ: Слабой

#### **10. Как называется скидка, содействующая рекламе проекта?**

Ответ: Маркетинговая

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

Формой контроля знаний по дисциплине «**Основы проектной деятельности**» являются две текущие аттестации в виде тестов и две промежуточные аттестации в виде зачета и зачета с оценкой.

Неделя текущего / промежуточного контроля	Вид оценочного средства	Код компетенций, оценивающих знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
---	-------------------------	---	--------------------------------	-------------------------	------------------------------	---

Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	Тестирование	ПК-3 ПК-4 ПК-10	20 вопросов	Компьютерное тестирование ; время, отведенное на процедуру – 30 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	<b>Критерии оценки</b> определяются процентным соотношением. Не явка -0 <b>Удовлетворительно</b> - от 51% правильных ответов. <b>Хорошо</b> – от 70%. <b>Отлично</b> – от 90%. Максимальная оценка – 5 баллов.
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	Зачет	ПК-3 ПК-4 ПК-10	20 вопросов	Зачет проводится в виде компьютерного тестирования , путем ответа на вопросы. Время отведенное на процедуру – 35 минут.  Количество баллов, необходимое для допуска к зачету – 51.	Результаты предоставляются в день проведения зачета	<b>Критерии оценивания:</b> <b>«Зачтено»:</b> определяются процентным соотношением: 65% правильных ответов и более <b>«Не зачтено»:</b> менее 65% Не явка -0
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	Зачет с оценкой	ПК-3 ПК-4 ПК-10	2 вопроса	Зачет с оценкой проводится в форме устной беседы с преподавателем. Время, отведенное на процедуру – 30 минут.  Количество баллов, необходимое для допуска к зачету с оценкой – 51.	Результаты предоставляются в день проведения зачета с оценкой	<b>Критерии оценивания:</b> <b>«Отлично»:</b> - глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретной дисциплины, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой; - отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным

						<p>аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой;</li> <li>- умение выполнять предусмотренные программой задания;</li> <li>- логически корректное и убедительное изложение ответа.</li> </ul> <p><b>«Хорошо»:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса;</li> <li>- умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем программы;</li> <li>- знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы;</li> <li>- умение выполнять предусмотренные программой задания;</li> <li>- в целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.</li> </ul> <p><b>«Удовлетворительно»:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;</li> <li>- затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины;</li> <li>- неполное знакомство с рекомендованной литературой;</li> <li>- частичные</li> </ul>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий;  - стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.</p> <p><b>«Неудовлетворительно»:</b>  - незнание либо отрывочное представление учебно-программного материала;  - неумение выполнять предусмотренные программой задания.</p>
--	--	--	--	--	--	--

Итоговое начисление баллов по дисциплине осуществляется в соответствии с разработанной и внедренной балльно-рейтинговой системой контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся.

**Зачет проводится путем проведения компьютерного тестирования (вопросы тестирования прилагаются выше)**

**Зачет с оценкой проводится в форме устной беседы с преподавателем по пройденным темам.**

**Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины  
(модуля)**

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ИНЖЕНЕРНОГО  
БИЗНЕСА***

***КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН***

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
«ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОСНОВЫ»  
(Приложение 2 к Рабочей программе)**

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль):** Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, заочная

Королев  
2021

## 1. Общие положения

**Целью** дисциплины является формирование у студентов системного методического подхода к проектной деятельности и приобретение практических навыков проектной работы в рекламе и связях с общественностью, формирование высокой проектной культуры, знаний об информационных технологиях как составляющей процесса информатизации социальных исследований, а также привитие навыков использования современных информационных технологий в социологических исследованиях.

### **Задачи дисциплины:**

- усвоение основ проектной деятельности для эффективного решения задач специалистов о сфере рекламы и связей с общественностью различной сложности;
- изучение основ и методов планирования этапов будущего проекта;
- обретение навыков формирования и формулирования задач для индивидуальной и совместной (коллективной) проектной деятельности;
- применение инновационных креативных технологий и методик для создания и совершенствования творческих идей; создание «лаборатории дизайна» как коллективного и индивидуального инструмента творческого становления и профессионального роста; обретение навыков правильного оформления готового проекта для презентации (в том числе, заказчику), для выставки, просмотра, печати, архива.

## 2. Указания по проведению практических занятий

### 3 семестр

#### **Практические занятия 1-2 (очное обучение) / Практическое занятие 1 (заочное обучение)**

**Тема 1. Понятие о проектировании в сфере рекламы. Рекламная кампания**

**Вид практического занятия:** практическое занятие – беседа; смешанная форма.

**Образовательные технологии:** проектная образовательная технология (подготовка проектов, подготовка презентаций), технология активных методов обучения (круглый стол, мозговой штурм, работа в группах).

#### ***Вопросы для обсуждения***

1. Понятие о проекте.
2. Признаки проекта.
3. Классификация проектов.
4. Этапы жизненного цикла проекта.
5. Рекламная кампания как особый вид проектной деятельности.
6. Основные цели рекламной кампании.
7. Типы рекламных кампания.
8. Принципы эффективной рекламной кампании

**Практическая подготовка (2 / 0,5 часа):** анализ рекламной кампании продукции, бренда, личности и т.д. по следующим критериям: 1) почему данную кампанию можно назвать проектом; 2) к какому типу проекта ее можно отнести; 3) к какому типу рекламной кампании ее можно отнести; 4) на каком этапе жизненного цикла проекта она находится.

Продолжительность одного занятия – 2 часа (очное) / 1 час (заочное).

### **Практические занятия 3-4 (очное обучение) / Практическое занятие 1 (заочное обучение)**

**Тема 2. Этапы проектирования рекламной кампании. Бриф. Креативная стратегия. SMART. SWOT-анализ**

**Вид практического занятия:** подготовка доклада с презентацией; практическое занятие – беседа; «мозговой штурм»; разработка проекта; смешанная форма.

**Образовательные технологии:** проектная образовательная технология (подготовка проектов, подготовка презентаций), технология активных методов обучения (круглый стол, мозговой штурм, работа в группах).

#### ***Вопросы для обсуждения***

1. Общая характеристика этапов рекламной кампании.
2. Коммуникация с заказчиком рекламной кампании на этапе инициации проекта.
3. Бриф: определение, структура, классификация.
4. Предварительное формулирование проектной идеи.
5. Определение креативной стратегии.
6. Разработка оригинальной концепции.
7. Определение целей проекта.
8. SMART-анализ целей рекламной кампании.
9. Выделение объекта рекламной кампании.
10. SWOT-анализ объекта рекламной кампании.
11. Определение целевой аудитории проекта.

**Практическая подготовка (2 / 0,5 часа):** разработка проектной идеи для мини-проекта и представление ее в виде креативной стратегии.

Продолжительность одного занятия – 2 часа (очное) / 1 час (заочное).

### **Практические занятия 5-6 (очное обучение) / Практическое занятие 2 (заочное обучение)**

**Тема 3. Методы исследования и представления результатов**

**Вид практического занятия:** подготовка доклада с презентацией; практическая работа в группах; смешанная форма.

**Образовательные технологии:** проектная образовательная технология (подготовка проектов, подготовка презентаций), технология активных методов обучения (круглый стол, мозговой штурм, работа в группах).

#### ***Вопросы для обсуждения***

1. Постановка проблемы исследования.
2. Методы исследований в проектировании.

3. Основные характеристики, подлежащие анализу на этапе инициации и планирования проекта.
4. Первичные и вторичные исследования.
5. Контент-анализ.
6. Полевые методы исследования: наблюдение, эксперимент, опрос.
7. Структура опросника.
8. Типы вопросов.
9. Инструменты анализа полученных данных.

**Практическая подготовка (2 / 0,5 часа):** разработка опросника для изучения целевой аудитории мини-проекта; проведение мини-исследования онлайн; обработка полученных данных в одной из программ.

Продолжительность одного занятия – 2 часа (очное) / 1 час (заочное).

### **Практические занятия 7-8 (очное обучение) / Практическое занятие 2 (заочное обучение)**

#### **Тема 4. Структуризация и планирование проекта**

**Вид практического занятия:** подготовка доклада с презентацией; практическое занятие – беседа; «мозговой штурм»; разработка проекта; смешанная форма.

**Образовательные технологии:** проектная образовательная технология (подготовка проектов, подготовка презентаций), технология активных методов обучения (круглый стол, мозговой штурм, работа в группах).

#### ***Вопросы для обсуждения***

1. Структура проекта.
2. Основные задачи структуризации проекта.
3. Порядок структуризации.
4. Методы структуризации проекта.
5. Модели структуризации проекта: дерево целей, дерево решений, дерево работ.
6. Матрица ответственности.
7. Сетевой график проекта.
8. Схема коммуникации.
9. Календарный график проекта. Диаграмма Ганта.

**Практическая подготовка (2 / 0,5 часа):** составление плана работ по мини-проекту; составление дерева целей и дерева решений по проекту; составление календарного плана мини-проекта.

Продолжительность одного занятия – 2 часа (очное) / 1 час (заочное).

### **4 семестр**

#### **Практические занятия 1-2 (очное обучение) / Практическое занятие 1 (заочное обучение)**

#### **Тема 5. Фандрайзинг и бюджет проекта**

**Вид практического занятия:** подготовка доклада с презентацией; «мозговой штурм»; разработка проекта; смешанная форма.

**Образовательные технологии:** проектная образовательная технология (подготовка проектов, подготовка презентаций), технология активных методов обучения (круглый стол, мозговой штурм, работа в группах).

**Вопросы для обсуждения**

1. Определение фандрайзинга.
2. Этапы фандрайзинга.
3. Основные сферы применения.
4. Принципы фандрайзинга.
5. Виды источников фандрайзинга.
6. Методы и технологии фандрайзинга.
7. Смета и бюджет проекта. Затраты проекта.
8. 5 ключевых статей затрат рекламного бюджета.

**Практическая подготовка (2 / 0,5 часа):** мониторинг инвесторов для мини-проекта; составление бюджета и сметы мини-проекта.

Продолжительность одного занятия – 2 часа (очное) / 1 час (заочное).

**Практические занятия 3-4 (очное обучение) / Практическое занятие 1 (заочное обучение)**

**Тема 6. Оценка проектной деятельности**

**Вид практического занятия:** подготовка доклада с презентацией; практическая работа в группах; разработка проекта; смешанная форма.

**Образовательные технологии:** проектная образовательная технология (подготовка проектов, подготовка презентаций), технология активных методов обучения (круглый стол, мозговой штурм, работа в группах).

**Вопросы для обсуждения**

1. Анализ ключевых рисков и способы их минимизации.
2. Контроль в рекламной кампании.
3. Методы посттестирования: отзыв с помощью, отзыв без помощи, метод Геллапа-Робинсона, метод Старча, метод тайников.
4. Методы определения эффективности рекламной кампании.
5. Экономическая и социальная эффективность рекламной кампании.

**Практическая подготовка (2 / 0,5 часа):** составление отчетов по выполняемому мини-проекту.

Продолжительность одного занятия – 2 часа (очное) / 1 час (заочное).

**Практические занятия 5-6 (очное обучение) / Практическое занятие 2 (заочное обучение)**

**Тема 7. Online и Offline способы продвижения проекта**

**Вид практического занятия:** подготовка доклада с презентацией; практическое занятие – беседа; «мозговой штурм»; разработка проекта; смешанная форма.

**Образовательные технологии:** проектная образовательная технология (подготовка проектов, подготовка презентаций), технология активных методов обучения (круглый стол, мозговой штурм, работа в группах).

**Вопросы для обсуждения**

1. Способы продвижения проекта.

2. Сайт как средство продвижения проекта.
3. Социальные сети.
4. Баннерная реклама.
5. Контекстная реклама.
6. Email-маркетинг.
7. Преимущества и недостатки онлайн способов продвижения проектов в области рекламы.
8. Продвижение в СМИ.
9. Offline мероприятия и акции.
10. Флаеры, буклеты, открытки.
11. Наружная реклама.
12. Реклама на вещах и сувенирная продукция.
13. Преимущества и недостатки offline способов продвижения рекламных проектов.

**Практическая подготовка (2 / 0,5 часа):** разработка PR-материалов для продвижения мини-проекта.

Продолжительность одного занятия – 2 часа (очное) / 1 час (заочное).

### **Практические занятия 7-8 (очное обучение) / Практическое занятие 2 (заочное обучение)**

#### **Тема 8. Презентация как средство демонстрации проекта**

**Вид практического занятия:** подготовка доклада с презентацией; практическое занятие – беседа; «мозговой штурм»; разработка проекта; смешанная форма.

**Образовательные технологии:** проектная образовательная технология (подготовка проектов, подготовка презентаций), технология активных методов обучения (круглый стол, мозговой штурм, работа в группах).

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Понятие о презентации проекта и ее эффективности.
2. Условия проведения эффективной презентации проекта.
3. Алгоритм процесса подготовки презентации: определение цели презентации проекта, определение специфики аудитории, разработка содержания и структуры презентации, подготовка к ответам аудитории, визуализация презентации.
4. Программы и сайты для создания презентаций.

**Практическая подготовка (2 / 0,5 часа):** подготовка презентации мини-проекта; оформление документации по мини-проекту; подготовка к защите мини-проекта.

Продолжительность одного занятия – 2 часа (очное) / 1 час (заочное).

### **3. Указания по проведению лабораторного практикума**

Не предусмотрено учебным планом.

#### 4. Указания по проведению самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Виды СРС
1	<b>Тема 1.</b> Понятие о проектировании в сфере рекламы. Рекламная кампания	Чтение основной и дополнительной литературы; работа в электронной образовательной среде; подготовка к устным выступлениям по теме занятий
2	<b>Тема 2.</b> Этапы проектирования рекламной кампании. Бриф. Креативная стратегия. SMART. SWOT-анализ.	Чтение основной и дополнительной литературы; работа в электронной образовательной среде; подготовка к устным выступлениям по теме занятий; работа по мини-проекту
3	<b>Тема 3.</b> Методы исследования и представления результатов.	Чтение основной и дополнительной литературы; работа в электронной образовательной среде; подготовка к устным выступлениям по теме занятий; работа по мини-проекту
4	<b>Тема 4.</b> Структуризация и планирование проекта	Чтение основной и дополнительной литературы; работа в электронной образовательной среде; подготовка к устным выступлениям по теме занятий; работа по мини-проекту
5	<b>Тема 5.</b> Фандрайзинг и бюджет проекта	Чтение основной и дополнительной литературы; работа в электронной образовательной среде; подготовка к устным выступлениям по теме занятий; работа по мини-проекту
6	<b>Тема 6.</b> Оценка проектной деятельности	Чтение основной и дополнительной литературы; работа в электронной образовательной среде; подготовка к устным выступлениям по теме занятий; работа по мини-проекту
7	<b>Тема 7.</b> Online и Offline способы продвижения проекта	Чтение основной и дополнительной литературы; работа в электронной образовательной среде; подготовка к устным выступлениям по теме занятий; работа по мини-проекту
8	<b>Тема 8.</b> Презентация как средство демонстрации проекта	Чтение основной и дополнительной литературы; работа в электронной образовательной среде; подготовка к устным выступлениям по теме занятий; работа по мини-проекту

#### 5. Указания по проведению контрольных работ для обучающихся очной, заочной формы обучения

Не предусмотрено учебным планом.

#### 6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы:

##### Основная:

1. Литвин, Ю.И. Проектный менеджмент: теория и практика: учебное пособие и практикум для бакалавриата : [16+] / Ю.И. Литвин, И.Ю. Литвин, Р.Р. Харисова. – Москва : Прометей, 2020. – 241 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576053>

2. Данилова, И.И. Введение в проектную и научно-исследовательскую деятельность : учебное пособие : [16+] / И.И. Данилова, Ю.В. Привалова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 107 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577704>

3. Никитаева, А.Ю. Проектный менеджмент : учебное пособие / А.Ю. Никитаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации,

Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 189 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499893>

**Дополнительная литература:**

1. Тихомирова, О. Г. Управление проектами: практикум : учебное пособие / О.Г. Тихомирова. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 273 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/17635. - ISBN 978-5-16-011601-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1221080>

2. Харченко, К.В. Проектное управление в государственных и муниципальных органах и учреждениях : учебное пособие : [16+] / К.В. Харченко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2018. – 167 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577845>

3. Организация проектной деятельности : учебное пособие / Л.М. Тухбатуллина, Л.А. Сафина, В.В. Хамматова и др. ; Министерство образования и науки России, Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2018. – 100 с. : табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561106>

**7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины (модуля)»**

1. <http://biblioclub.ru/> - Университетская библиотека ONLINE
2. <http://www.znanium.com/catalog> - Электронно-библиотечная система

**8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

**Перечень программного обеспечения:** MSOffice, PowerPoint, IBM SPSS Statistic 22.

**Информационные справочные системы:** Электронные ресурсы образовательной среды Университета.

**Ресурсы информационно-образовательной среды МГОТУ:**

Рабочая программа и методическое обеспечение по курсу «**Основы проектной деятельности**».