

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ МЕДИАПРОЕКТОМ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Конструирование инновационного медиапродукта

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: **бакалавриат**

Форма обучения: **очно-заочная**

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Управление инновационным медиапроектом
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Доктор экономических наук, доцент, должность, Т.С. Романишина

.....

Ответственный редактор:

*доктор. филос. наук, профессор, завидующий кафедрой
теории и практики общественных связей С.В. Клягин*

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теории
и практики общественных связей

№ 7 от 16.03.2024г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	5
4. Образовательные технологии	6
5. Оценка планируемых результатов обучения	10
5.1 Система оценивания	10
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	10
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
6.1 Список источников и литературы	21
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	21
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	21
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	22
9. Методические материалы	23
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	23
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	25
9.3 Иные материалы	27
Приложение 1. Аннотация дисциплины	28

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать навыки проектного управления в медиасфере на всех этапах от проектирования до реализации инновационного медиапроекта в виде конечного продукта, представленного в формате блок-схемы инновации по конкретной теме.

Задачи дисциплины: сформировать навыки обучающегося по проектированию инновационного медиапроекта, с учетом рыночных тенденций и описанных ограничений проекта; сформировать проект, как идею, описанную в соответствии с требованиями, применяемыми к инновационным проектам в инвестиционном менеджменте; подготовить итоговый документ в виде проектного решения и его презентацией; изучить особенности инновационного проектного менеджмента, его методы и технологии.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-4. Способен определять требования к проекту и анализировать его среду, планировать работы и ресурсы, организовывать коммуникации проекта.	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	<p><i>Знать:</i> тренды и запросы общества и бизнеса в разработке реализации инноваций.</p> <p><i>Уметь:</i> рассчитывать эффективность социальную проекта и его общественную привлекательность; оценивать эффекты реализации проекта для стейкхолдеров проекта, его потенциал для развития команды проекта.</p> <p><i>Владеть:</i> инструментами и методами оценки проектной деятельности во внешней среде проекта.</p>
	ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	<p><i>Знать:</i> этапы привлечения инвесторов; шаблоны управленческой документации проекта и методы их формирования; основные требования к формированию коммерчески привлекательного инновационного медиапроекта.</p> <p><i>Уметь:</i> обосновывать инновационный медиапроект; делать описание этапов реализации и коммерциализации инновационного медиапроекта; формировать шаблоны управленческой документации проекта;</p> <p><i>Владеть:</i> методами, подходами и</p>

		инструментами разработки бизнес-модели проекта; маркетинговыми инструментами выбора рыночной ниши; навыками презентации проекта.
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление инновационным медиапроектом» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Менеджмент, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Инновационные медиапрактики, Глобальные медиаинновации а региональные медиакультуры, Медиаанализ и оценка эффективности, Создание медиапродукта, управление творческим проектом.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
VIII	Лекции	12
VIII	Семинары	12
Всего:		24

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Основы инновационного менеджмента и теории управления медиаинновациями.	Инновации. Их роль и место в экономике, обществе, развитии предприятия. Инновационный менеджмент в медиасфере: функции, этапы, участники. Типизация и специфика инновационных медиапроектов. Источники инновационных идей. Инфраструктура инновационной деятельности. Стратегия закрытой и открытой инновации. Стратегия роста. Жизненный цикл инновационного медиапроекта. Инновационный процесс.

2	Основы управления инновационными медиапроектами.	Элементы управления инновационными медиапроектами. Внутренняя и внешняя среда инновационного медиапроекта. Критерии эффективности инновационного медиапроекта. Особенности и основные участники инновационного проекта. Стейкхолдеры проекта. Пользовательское сообщество и маркетинговый евангелизм. Партнерства и альянсы. Измерение эффектов медиаинновации. Модель оценки возможности: социальная ценность, рыночный потенциал, потенциал конкурентного преимущества, потенциал устойчивости. Точка безубыточности. Риски проекта.
3	Инновационные медиапроекты: разработка и реализация.	Обоснование инновационного медиапроекта. Разработка бизнес-модели проекта. Описание этапов реализации и коммерциализации инновационного медиапроекта. Выбор рыночной ниши. Бизнес-модель медиаинновации. Этапы привлечения инвесторов. Шаблоны управленческой документации проекта. Презентация проекта.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

№ п/п	Наименование раздела (тем)	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Основы инновационного менеджмента и теории управления медиаинновациями	Лекция № 1 (2 ч.) Инновации. Их роль в экономике, обществе, развитии предприятия	1. Анализ проблем, трендов и прогнозов по теме. 2. Обзор литературы и источников по теме.
		Семинар № 1 (2 ч.) Источники инновационных идей	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.
		Самостоятельная работа № 1 (6 ч.)	1. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с литературой и источниками. 2. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с рекомендованными сервисами и инструментами.

		Лекция № 2 (2 ч.) Инновационный менеджмент в медиасфере: функции, этапы, участники.	1. Обзор теоретических и методических оснований для исследований по теме. 3. Обзор технологий для решения профессиональных задач по теме.
		Семинар № 2 (2 ч.) Инфраструктура инновационной деятельности.	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль результата индивидуальной подготовки к выполнению задания.
		Самостоятельная работа № 2 (6 ч.)	1. Организация команды и выбор способа решения задания – исследование или проект. 2. Командная работа по выполнению задания.
		Лекция № 3 (2 ч.) Типизация и специфика инновационных медиапроектов.	1. Моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Анализ лучших практик по теме.
		Семинар № 3 (2 ч.) Стратегия закрытой и открытой инновации. Стратегия роста.	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль уровня готовности команды и промежуточного результата командной работы.
		Самостоятельная работа № 3 (4 ч.)	1. Проверка и корректировка результата работы. 2. Подготовка доклада об итоговом результате работы.
		Семинар № 4 (2 ч.) Жизненный цикл инновационного медиапроекта. Инновационный процесс.	1. Доклад об итоговом результате самостоятельной работы. 2. Оценка итогового результата по выполнению задания и рекомендации по развитию исследования или проекта.
2.	Основы управления инновационными медиапроектами	Лекция № 4(2 ч.) Элементы управления инновационными медиапроектами.	1. Анализ проблем, трендов и прогнозов по теме. 2. Обзор литературы и источников по теме.
		Семинар № 5 (2 ч.) Особенности и основные участники инновационного проекта. Стейкхолдеры проекта.	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и

			литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.
		Самостоятельная работа № 4 (6 ч.)	1. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с литературой и источниками. 2. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с рекомендованными сервисами и инструментами.
		Лекция № 5 (2 ч.) Внутренняя и внешняя среда инновационного медиапроекта.	1. Обзор теоретических и методических оснований для исследований по теме. 3. Обзор технологий для решения профессиональных задач по теме.
		Семинар № 6 (2 ч.) Пользовательское сообщество и маркетинговый евангелизм. Партнерства и альянсы.	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль результата индивидуальной подготовки к выполнению задания.
		Самостоятельная работа № 6 (6 ч.)	1. Организация команды и выбор способа решения задания – исследование или проект. 2. Командная работа по выполнению задания.
		Лекция № 6 (2 ч.) Критерии эффективности инновационного медиапроекта.	1. Моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Анализ лучших практик по теме.
		Семинар № 7 (2 ч.) Измерение эффектов медиаинновации. Модель оценки возможности: социальная ценность, рыночный потенциал, потенциал конкурентного преимущества, потенциал устойчивости.	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль уровня готовности команды и промежуточного результата командной работы.
		Самостоятельная работа № 6 (4 ч.)	1. Проверка и корректировка результата работы. 2. Подготовка доклада об итоговом результате работы.
		Семинар № 8 (2 ч.) Точка безубыточности. Риски проекта.	1. Доклад об итоговом результате самостоятельной работы. 2. Оценка итогового результата по выполнению задания и рекомендации по развитию исследования или проекта.
3.	Инновационные медиапроекты:	Лекция № 7 (2 ч.) Обоснование	1. Анализ проблем, трендов и прогнозов по теме.

разработка и реализация	инновационного медиапроекта.	2. Обзор литературы и источников по теме.
	Семинар № 9 (2 ч.) Выбор рыночной ниши.	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.
	Самостоятельная работа № 7 (6 ч.)	1. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с литературой и источниками. 2. Индивидуальная подготовка к выполнению задания – работа с рекомендованными сервисами и инструментами.
	Лекция № 8 (2 ч.) Разработка бизнес-модели проекта.	1. Обзор теоретических и методических оснований для исследований по теме. 3. Обзор технологий для решения профессиональных задач по теме.
	Семинар № 10 (2 ч.) Бизнес-модель медиаинновации.	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль результата индивидуальной подготовки к выполнению задания.
	Самостоятельная работа № 8 (6 ч.)	1. Организация команды и выбор способа решения задания – исследование или проект. 2. Командная работа по выполнению задания.
	Лекция № 9 (2 ч.) Описание этапов реализации и коммерциализации инновационного медиапроекта.	1. Моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Анализ лучших практик по теме.
	Семинар № 11 (2 ч.) Этапы привлечения инвесторов.	1. Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы. 2. Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: анализ кейса, групповое упражнение, творческое задание. 3. Контроль уровня готовности команды и промежуточного результата командной работы.

	Самостоятельная работа № 9 (4 ч.)	1. Проверка и корректировка результата работы. 2. Подготовка доклада об итоговом результате работы.
	Семинар № 12 (2 ч.) Шаблоны управленческой документации проекта. Презентация проекта.	1. Доклад об итоговом результате самостоятельной работы. 2. Оценка итогового результата по выполнению задания и рекомендации по развитию исследования или проекта.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	35 баллов
- тестирование (темы 1-2)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация –зачет с оценкой (Собеседование по билетам)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные средства текущего контроля

Особенности и основные участники инновационного проекта. Стратегия закрытой и открытой инновации. Инфраструктура инновационной деятельности. Источники инновационных идей. Модель оценки возможности: социальная ценность, рыночный потенциал, потенциал конкурентного преимущества, потенциал устойчивости. Выбор рыночной ниши. Бизнес-модель медиаинновации. Стейкхолдеры проекта. Пользовательское сообщество и маркетинговый евангелизм. Партнерства и альянсы. Измерение эффектов медиаинновации. Стратегия роста. Точка безубыточности. Этапы привлечения инвесторов. Шаблоны управленческой документации проекта.

Текущий контроль: индивидуальная работа – составьте блок-схему инновации по теме ВКР.

№	Наименование раздела дисциплины	Тема исследования (проекта) для самостоятельной работы студента	Результат исследования (обязательный элемент индивидуальной работы)
1	Основы инновационного менеджмента и теории управления медиаинновациями.	1. История и тенденции медиарынка с учетом реализации инновационных медиапроектов. 2. Концепция инновационной идеи с учетом рыночных возможностей в масштабе проекта. 3. Проектирование жизненного цикла инновационного медиапроекта на всех этапах инновационного процесса.	Отчет о состоянии рынка инновационных медиапроектов. Обоснование инновационной бизнес-идеи. Блок-схема инновации по теме ВКР.
2	Основы управления инновационными медиапроектами.	4. Элементы внутренней и внешней среды инновационного медиапроекта 5. Матрица участников и ресурсов проекта. 6. Выявление и управление рисками проекта.	Перечень и структура элементов проекта. Команда проекта. Состав, связи, требования, обязанности. Реестр стейкхолдеров и ресурсов проекта. Матрица рисков проекта.
3	Инновационные медиапроекты: разработка и реализация.	7. Подготовка обоснования проекта с описанием всех элементов и этапов его реализации. 8. Разработка бизнес-модели проекта. 9. Подготовка презентации проекта и оформление итоговой проектной документации.	Маркетинговый план реализации проектной идеи. Бизнес-модель проекта. Резюме и презентация проекта.

Примерные вопросы для тестирования

1. Основные понятия и определения управления проектами Эволюция управления проектами

1.1. Проект можно определить как:

- а) совокупность мероприятий, направленных на достижение уникальной цели и ограниченных по ресурсам и времени;
- б) систему целей, результатов, технической и организационной документации, материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, а также управленческих решений и мероприятий по их выполнению;
- в) системный комплекс плановых (финансовых, технологических, организационных и пр.) документов, содержащих комплексно-системную модель действий, направленных на достижение оригинальной цели.

1.2. Окружающая среда проекта — это:

- а) совокупность факторов и объектов, непосредственно не принимающих участия в проекте, но влияющих на проект и осуществляющих взаимодействие с проектом и отдельными его элементами;
- б) совокупность всех участников проекта и других физических и юридических лиц, заинтересованных в его результатах;
- в) совокупность независимых хозяйствующих субъектов, взаимодействующих с участниками проекта напрямую.

1.3. Субъекты, самостоятельно реализующие деятельность по проекту или деятельность, результаты которой влияют на проект (взаимодействуют с проектом), — это:

- а) пассивные участники проекта;
- б) активные участники проекта;
- в) косвенные участники проекта.

1.4. Руководитель проекта относится:

- а) к активным непосредственным участникам;
- б) пассивным участникам;
- в) пассивным непосредственным участникам;
- г) непосредственным участникам;
- д) пассивным косвенным участникам.

1.5. Инициатором проекта является:

- а) субъект деятельности, заинтересованный в достижении основной цели результатов проекта;
- б) участник, осуществляющий финансирование проекта и заинтересованный в достижении финансовых результатов проекта;
- в) субъект, являющийся носителем основной идеи проекта и инициативы по его реализации.

1.6. Полный перечень базовых элементов управления проектом включает в себя:

- а) ресурсы, работы, результаты;
- б) цели, ресурсы, работы;
- в) время, стоимость, качество;
- г) ресурсы, работы, результаты, риски;
- д) цели и мероприятия по их достижению.

1.7. К видам управленческой деятельности относятся:

- а) анализ;
- б) прогнозирование;
- в) учет;
- г) контроль;
- д) администрирование.

1.8. Планирование — это:

- а) определение оптимального результата при заданных ограничениях времени и ресурсов;
- б) определение путей, методов и средств достижения поставленной цели;
- в) установление сбалансированных, гармоничных отношений между участниками совместного труда;
- г) создание стимулирующих условий труда, при которых каждый работник трудится с полной отдачей.

1.9. Основанный на знании объективных законов и опыте, ведущий к практическим результатам творческий акт целенаправленного воздействия субъекта управления на объект — это:

- а) управление;
- б) управление проектом;
- в) администрирование;
- г) координация;
- д) управленческое решение.

2.Классификация проектов

2.1. Терминальным проектом можно назвать:

- а) проект организационного развития предприятия
- б) проект строительства автомобильной дороги
- с) проект по борьбе с незаконным оборотом наркотиков

2.2. Терминальные проекты характеризуют:

- а) неограниченность содержания
- б) четкость и терминальность цели
- с) гибкость организационной структуры

2.3. Развивающимся проектом можно назвать:

- а) разработку и внедрение информационной корпоративной системы
- б) управление социально-экономическим развитием мегаполиса
- с) строительство путепровода

2.4. Открытым проектом можно назвать:

- а) разработку и внедрение корпоративной информационной системы;
- б) управление социально-экономическим развитием территориальной системы
- с) строительство муниципальной поликлиники

2.5. Ограниченным содержанием и конечной целью обладают:

- а) открытые проекты
- б) терминальные проекты
- с) мультипроекты

2.6. Неограниченным содержанием и конечной целью обладают:

- а) открытые проекты
- б) терминальные проекты
- с) мультипроекты
- д) никакие из проектов, перечисленных выше

2.7. Неограниченным содержанием и нетерминальными целями обладают:

- а) открытые проекты
- б) терминальные проекты
- с) мультипроекты

3.Классификация проектного управления

3.1. Установите соответствие:

а) Мегапроект	1. проекты, реализуемые сразу в нескольких областях деятельности
б) Смешанные проекты	2. комплексный проект, состоящий из ряда монопроектов и требующий применения многопроектного управления

с) Мультипроект	3. целевые программы, содержащие множество взаимосвязанных проектов, объединенных общей целью, выделенными ресурсами и отпущенными на их выполнение временем
-----------------	--

3.2. Мультипроектное управление охватывает:

- a) несколько одновременно реализуемых проектов
- b) один большой и сложный проект
- c) функциональную деятельность и деятельность по управлению проектами

3.3. Является ли девелопмент примером системы управления терминальным проектом:

- a) да
- b) нет

3.4. Девелопментом можно назвать:

- a) приобретение объекта недвижимости для самостоятельного использования;
- b) строительство маслобойного завода
- c) приобретение объекта недвижимости, его модернизацию и дальнейшую аренду

3.3. Заполните пропуски в таблице:

Характеристика традиционного управления	Характеристика управления проектом
Стационарное	
Фрагментарное	
Дискретное	
Субъективное	
Линейное	
Внешнее	
Несистемное	

3.4. Выберите наиболее полный список фаз, согласно модели зрелости управления проектами в организации:

- a) планирование, организация, контроль;
- b) случайное использование, формальное применение, организации, ориентированные на проекты;
- c) управление проектом, программой, портфелем.

3.5. Какой из элементов, согласно интегрированному подходу, относится к социокультурным аспектам:

- a) решение проблем;
- b) масштаб;
- c) расписания;
- d) бюджеты.

3.5. Какой из элементов, согласно интегрированному подходу, относится к техническим аспектам:

- a) отчеты состояния;
- b) политика;
- c) ожидания клиента;
- d) управление командой.

3.6. Согласно традиционному логико-структурному подходу к управлению проектами, предполагается:

- a) интеграция процессов проектного управления и стратегического управления;
- b) систематизация методов;

- с) анализа заинтересованных сторон, проблем, разработку дерева целей проекта, формулировку основных предположений и факторов риска, определение показателей прогресса и составление логико-структурной схемы проекта.

4. Базовые элементы управления проектом

4.1. Полный перечень подсистем управления проектом включает в себя:

- а) управление содержанием, управление продолжительностью, управление стоимостью, управление качеством, управление ресурсами, управление рисками, интеграцию проекта;
- б) управление содержанием, управление продолжительностью, управление стоимостью, управление качеством, управление персоналом, управление материально-техническим обеспечением, управление коммуникациями, управление рисками;
- в) планирование, организацию, координацию, активизацию, контроль;
- г) анализ, учет, организацию осуществления, администрирование, экспертизу, бухгалтерский и управленческий учет, торги и контракты, отчетность, оценку;
- д) концептуальное проектирование, проектный анализ, реализацию проекта, мониторинг и контроль, завершение проекта.

4.2. Содержание проекта — это:

- а) совокупность целей, работ и участников проекта;
- б) перечень целей, работ и ресурсов проекта;
- в) совокупность поставленных целей и связей между ними;
- г) предметная область, ограниченная рамками окружения проекта.

4.3. При управлении продолжительностью проекта используется:

- а) дерево целей;
- б) сетевая матрица;
- в) структура стоимости;
- г) дерево решений;
- д) график денежных потоков.

4.4. Команда проекта — это:

- а) совокупность всех заинтересованных в проекте лиц;
- б) совокупность действующих как единое целое участников проекта, обеспечивающая под руководством проект-менеджера достижение целей проекта;
- в) персонал проекта.

4.5. В качестве финансового результата проекта можно рассматривать:

- а) стоимость произведенной продукции;
- б) достижение необходимого соотношения между доходами и расходами;
- в) внедрение системы бюджетирования проекта.

4.6. Бюджет проекта — это:

- а) себестоимость продукции проекта;
- б) объем всех затрат, необходимых и достаточных для успешной реализации проекта;
- в) структура, состав и значение статей расходов, необходимых для реализации проекта, и статей доходов, возникающих в результате проекта.

4.7. Полный перечень ключевых аспектов качества проекта включает в себя:

- а) качество, обусловленное соответствием результатов проекта рыночным потребностям и ожиданиям; качество разработки и планирования проекта; качество выполнения работ; качество ресурсного обеспечения проекта;

б) концентрацию усилий на удовлетворении потребностей клиента, участие высшего руководства в производстве продукции, постоянное совершенствование процессов, системный подход;

в) планирование качества, обеспечение качества, контроль качества, анализ данных о качестве.

4.8. Управление закупками представляет собой:

а) деятельность, направленную на поиск и выбор поставщиков необходимых ресурсов, установление с ними деловых отношений, согласование договорной документации и приобретение прав на использование ресурсов;

б) деятельность, направленную на обеспечение работ всеми необходимыми материальными ресурсами при соблюдении ранее запланированных сроков и качества;

в) деятельность по своевременной доставке материальных ресурсов к местам их использования, организацию их приемки, входного контроля, хранения и передачи в использование.

4.9. Управление запасами представляет собой:

а) деятельность по поиску и выбору поставщиков ресурсов, по организации и проведению конкурсов (тендеров) на поставку, по управлению контрактами и договорами с поставщиками, по организации поставок, приемки, учета, контроля, хранения и передачи ресурсов в производство;

б) совокупность процедур, правил и работ, направленных на обеспечение оптимального запаса ресурсов, необходимого для бесперебойного производства работ;

в) обеспечение своевременности поставок.

4.10. В рамках управления коммуникациями проекта в фазе разработки решаются такие задачи, как:

а) определение информационных потребностей участников проекта, проектирование структуры документации и баз данных,

а также создание проекта информационной системы, включающей схемы аппаратной и программной составляющих;

б) разработка технического задания, разработка технического проекта информационной системы, создание информационной системы, включающей аппаратную и программную составляющие;

в) определение структуры баз данных, разработка проекта локальной вычислительной сети, выбор программного обеспечения, настройка программного обеспечения.

4.11. При анализе и оценке рисков проекта используется:

а) метод критического пути;

б) метод дерева решений;

в) симплекс-метод.

4.12. Снизить риски проекта позволяет:

а) функционально-стоимостный анализ;

б) метод сбалансированных показателей;

в) создание резервов;

г) календарное планирование;

д) управление конфликтами.

4.13. Субконтрактором является:

а) участник проекта, берущий на себя обязательства перед контрактором за выполнение отдельных работ, предоставление продукции или услуг;

б) участник проекта, которому делегированы полномочия по управлению деятельностью, направленной на достижение целей проекта;

в) юридическое или физическое лицо, являющееся покупателем или пользователем результатов проекта.

4.14. Детальные решения по организационной структуре управления проектом закрепляются:

- а) в положениях о структурных подразделениях, в должностных инструкциях, матрицах разделения административных задач управления, сетевых матрицах, профиограммах;
- б) календарных планах, сетевых графиках и графиках Гантта;
- в) технических спецификациях, технических заданиях и рабочих проектах.

4.15. Деятельность по управлению проектом, направленная на достижение соответствия результатов проекта выявленным потребностям и ожиданиям, представляет собой подсистему:

- а) управления содержанием;
- б) управления качеством;
- в) управления ресурсами;
- г) управления рисками;
- д) управления персоналом.

4.16. Задача по управлению комплектацией решается в рамках подсистемы:

- а) управления коммуникациями;
- б) управления содержанием;
- в) управления качеством;
- г) управления материально-техническим обеспечением;
- д) управления рисками.

4.17. В рамках управления стоимостью проекта используются следующие управляющие модели:

- а) организационная структура, штатное расписание, матрица ответственности, сетевая матрица;
- б) структура продукции, структура потребностей (требований к продукции);
- в) структура расходов (дерево стоимости), структура доходов, бюджет, график денежных потоков.

5. Жизненный цикл проекта. Основные этапы выполнения проекта

5.1. Общая структура жизненного цикла проекта включает в себя:

- а) прединвестиционную, инвестиционную, эксплуатационную стадии;
- б) предпроектные исследования, проектный анализ, строительство, эксплуатацию;
- в) обоснование инвестиций, разработку бизнес-плана, технико-экономическое обоснование проекта, строительство, освоение производственной мощности, эксплуатацию, завершение проекта;
- г) фазу разработки, фазу реализации.

5.2. Возможность участников проекта воздействовать на него:

- а) в фазе разработки больше, чем в фазе реализации;
- б) в фазе разработки меньше, чем в фазе реализации;
- в) одинакова в фазе реализации и в фазе разработки.

5.3. Какой из видов жизненного цикла проекта ставит оптимизацию выше адаптивности:

- а) прогнозирующие;
- б) адаптивные.

5.4. Установите соответствие

a) водопад	1) повторение одного и того же набора фаз жизненного цикла, таких как планирование, проектирование, построение и оценивание, до тех пор, пока разработка продукта не будет завершена
b) прототипирование	2) разбиение большого объема проектно-конструкторских работ на последовательность более малых составляющих частей
c) инкрементное построение	3) разработка функциональных требований и топологическое проектирование осуществляются одновременно
d) спираль	4) линейное упорядочивание фаз, которые могут быть строго последовательными или в некоторой степени перекрываться, ни одна из фаз обычно не повторяется

5.5. Какие из видов жизненного цикла проекта отвергают детальное планирование:

- a) прогнозирующие;
- б) адаптивные.

5.6. Укажите порядок разделов плана проекта согласно методики ЮНИДО:

люди	люди	организация производства и накладные расходы
экономический анализ издержек и прибыли	экономический анализ издержек и прибыли	место осуществления, строительная площадка и экологическая оценка
планирование и сметная стоимость работ по проекту	планирование и сметная стоимость работ по проекту	сырье и материалы
финансовая оценка	финансовая оценка	анализ рынка и стратегия маркетинга
инженерное проектирование и технология	инженерное проектирование и технология	предыстория и основная идея проекта
резюме исследования	резюме исследования	

5.7. В какую из фаз включаются работы по проведению предпроектных исследований:

- a) в преинвестиционную фазу;
- б) в инвестиционную фазу;
- в) в эксплуатационную фазу.

5.8. Сдача объекта в эксплуатацию является частью:

- a) концептуальной фазы;
- б) фазы разработки проекта;
- в) фазы выполнения проекта;
- г) фазы завершения проекта;
- д) эксплуатационной фазы.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет с оценкой. Проводится в виде ответов на вопросы промежуточной аттестации и презентации обучающимся результатов самостоятельной работы.

Типовая структура оценочного материала для промежуточной аттестации:

- первый вопрос – общетеоретический, формулируется на основе учебных вопросов, изученных на лекционных занятиях (рейтинг – до 10 баллов);
- второй вопрос – специальнотеоретический, формулируется на основе учебных вопросов, изученных на семинарских занятиях (рейтинг – до 10 баллов);
- третий вопрос – практический, формулируется на основе результатов выполнения самостоятельной работы (до 20 баллов).

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

1. Понятие инноваций в медиасфере. Их роль в экономике, обществе, развитии предприятия.
2. История развития инновационных проектов в медиа сфере и источники инновационных идей.
3. Концепция инновационного менеджмента в медиасфере: функции, этапы, участники.
4. Инфраструктура инновационной деятельности. Лучшие практики её формирования и использования.
5. Типизация и специфика инновационных медиапроектов. Пример успешных кейсов.
6. Пример реализации стратегии закрытой и открытой инновации в медиасфере.
7. Стратегия роста и пример ее реализации в инновационных проектах медиасферы.
8. Теория и практика управления жизненным циклом инновационного медиапроекта.
9. Инновационный процесс. Его структура и модель.
10. Элементы управления инновационными медиапроектами. Технология описания элементов, автоматизация управления ими.
11. Особенности и основные участники инновационного проекта. Ограничения и возможности участников проекта.
12. Стейкхолдеры проекта. Концепция выявления, привлечения, удержания.
13. Команда проекта. Концепция формирования и развития связей эффективной команды.
14. Внутренняя и внешняя среда инновационного медиапроекта.
15. Пользовательское сообщество и маркетинговый евангелизм.
16. Партнерства и альянсы. Структура связей участников проекта на примере конкретных кейсов.
17. Критерии эффективности инновационного медиапроекта. Концепция эффективности для различных участников проекта.
18. Методы и инструменты измерения эффектов медиаинновации.
19. Модель оценки возможности: социальная ценность, рыночный потенциал, потенциал конкурентного преимущества, потенциал устойчивости.
20. Методы расчета точки безубыточности инновационного медиапроекта.
21. Причины и следствия выявления и управления рисков проекта. Методы учета и предотвращения рисков.
22. Обоснование инновационного медиапроекта. Пример формирования концепции проекта.
23. Выбор рыночной ниши. Методы маркетингового и рыночного анализа эффективности проектной идеи.
24. Методы и инструменты разработки бизнес-модели проекта.
25. Структура бизнес-модели медиаинновации.
26. Описание этапов реализации и коммерциализации инновационного медиапроекта.
27. Этапы привлечения инвесторов. Механизм формирования взаимоотношений с инвесторами на всех этапах подготовки и реализации проекта.
28. Шаблоны управленческой документации проекта. Методы автоматизации ведения проектной документации.
29. Методы подготовки презентации проекта. Структура презентации.
30. Тренды и перспективы реализации инновационных медиапроектов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Литература

основная:

1. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1659834>
2. Алиев, В. С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс) : учебное пособие / В.С. Алиев, Д.В. Чистов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 382 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1248243. - ISBN 978-5-16-016867-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1248243>

дополнительная:

1. Управление проектами в медиасфере: учеб. пособие / В. В. Лавров [и др.]. – СПб. : СПбГИКиТ, 2019 – 128 с. - ISBN 978-5-94760-354-5.
2. Аджич, Г. Impact Mapping. Как повысить эффективность программных продуктов и проектов по их разработке / Гойко Аджич. М.: Альпина Паблишер, 2017 – Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/ru/library/book/13425>
3. Управление инновационными проектами: учебное пособие / В.Л. Попов, Н.Д. Кремлев, В.С. Ковшов; Под ред. В.Л. Попова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 336 с. : - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010105-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1052440>
4. Инновационный менеджмент [Электронное издание]: учеб. пособие / Т. В. Александрова; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Электрон. дан. – Пермь, 2019. – Ч. 3. – 3 Мб; 153 с. – Режим доступа: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/shilovainnovacionnyj-menedzhment-ch3.pdf>.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских занятий

Тема 1. Источники инновационных идей.

Вопросы для обсуждения:

1. Этапы развития инновационных проектов в России и мире.
2. Методы поиска инновационных идей в медиасфере.
3. Инструменты и технологии ментального проектирования.

Задания:

1. Применение метода ментального поиска инновационных идей (по выбору студента).

Указания по выполнению заданий:

1. Выбрать метод (например, мозговой штурм, дерево целей и т.п.).
2. Ознакомиться с его методологией.
3. Описать источники инновационных идей по указанной методологии.
4. Сформулировать идею проекта, при необходимости проведя контактную работу.

Тема 2. Инфраструктура инновационной деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Инновационная инфраструктура: назначение, цели, основные элементы.
2. Организационные формы инновационной деятельности.
3. Национальная инновационная инфраструктура Российской Федерации в медиасфере на муниципальном, региональном и федеральном уровне.

Задания:

1. Анализ состояния инновационной инфраструктуры города, региона, сегмента медиасферы (по выбору студента).

Указания по выполнению заданий:

Используя результаты отраслевых, маркетинговых и социологических исследований, провести анализ рыночной инфраструктуры инновационной деятельности на указанном уровне. Сформировать аналитический отчет и рекомендации к реализации проектной идеи, предложенной в процессе семинара 1.

Тема 3. Стратегия закрытой и открытой инновации. Стратегия роста.

Вопросы для обсуждения:

1. Изучение успешных кейсов реализации различных моделей инновационного процесса.
2. Открытая инновация и возможности проекта.
3. Закрытая инновация и ограничения проекта.
4. Стратегия роста инновационного медиапроекта в концепции закрытой и открытой инновации.

Тема 4. Жизненный цикл инновационного медиапроекта. Инновационный процесс.

Вопросы для обсуждения:

1. Концепции жизненного цикла инновационного проекта.
2. Этапы инновационного проекта.
3. Методы управления жизненным циклом проекта на всех этапах его реализации от проектирования до завершения.

Тема 5. Особенности и основные участники инновационного проекта. Стейкхолдеры проекта.

Вопросы для обсуждения:

1. Чек-лист подготовки проекта.
2. Учет особенностей при масштабировании проекта.
3. Выбор сценария реализации.
4. Матрица участников проекта.
5. Методы работы со стейкхолдерами проекта.

Тема 6. Пользовательское сообщество и маркетинговый евангелизм. Партнерства и альянсы.

Вопросы для обсуждения:

1. Исследование структуры пользовательского сообщества.
2. Механизм и приемы маркетингового евангелизма в проектном менеджменте.
3. Изучение успешных практик и структуры партнёрских связей при реализации инновационных медиапроектов.

Тема 7. Измерение эффектов медиаинновации. Модель оценки возможности: социальная ценность, рыночный потенциал, потенциал конкурентного преимущества, потенциал устойчивости.

Вопросы для обсуждения:

1. Концепции эффектов медиаинновации.
2. Модель оценки возможности проекта.
3. Потенциал инновационного медиапроекта.
4. KPI проекта в медиасфере.

Тема 8. Точка безубыточности. Риски проекта.

Вопросы для обсуждения:

1. Методы расчета точки безубыточности.
2. Матрица рисков проекта.
3. Оценка эффективности проекта.

Тема 9. Выбор рыночной ниши.

Вопросы для обсуждения:

1. Сегментация инновационного медиарынка.
2. Позиционирование инновационного медиапроекта.
3. Стратегия проникновения на рынок.

Тема 10. Разработка бизнес-модели проекта.

Вопросы для обсуждения:

1. Типовые формы бизнес-модели проекта.
2. Этапы бизнес-моделирования проекта.
3. Методы графического представления и автоматизация разработки бизнес-модели проекта.

Тема 11. Этапы привлечения инвесторов.

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности привлечения инвесторов на различных этапах подготовки и реализации инновационного проекта.
2. Сценарии взаимодействия с инвесторами.
3. Оформление прав на проект и его результаты.

Тема 12. Шаблоны управленческой документации проекта. Презентация проекта.

Вопросы для обсуждения:

1. Разделы проектной документации. Правила оформления.
2. Средства автоматизации подготовки и ведения проектной документации.
3. Средства презентации проектной документации.
4. Методы защиты проектной документации и информации.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

*Структура и содержание доклада
по результатам исследовательской работы*

Минимальный объем доклада – 10 стр. Структура доклада: титульный лист (1 стр.), содержание (1 стр.), введение (1 стр.), основная часть (3 раздела), заключение (1 стр.), список использованной литературы и источников (не менее 10 работ).

Во введении обосновывается актуальность темы, объект и предмет, цель и три задачи исследования, теоретическое (классические и новые концепции) и эмпирическое (первичная и вторичная информация) основания для раскрытия темы.

Основная часть доклада состоит из трех разделов. В первом разделе определяется степень разработанности темы в литературе, обзор теоретического основания и обоснование выбора автором концепции для раскрытия темы.

Во втором разделе дается описание актуального состояния объект-предметного поля темы исследования на основе эмпирических данных; делаются выводы о соответствии или несоответствии теоретических представлений и эмпирических данных.

В третьем разделе анализируется материал, собранный автором для изучения конкретного примера по теме доклада; обосновываются рекомендации по развитию исследования феномена практики или по совершенствованию решений (управленческих, технологических, проектных или продуктовых) для медиакоммуникаций в современных условиях.

В заключении обосновывается мнение автора, раскрывающее тему доклада, и указывается теоретическая и практическая значимость полученного результата исследования для профессиональной подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью».

В список использованной литературы и источников включаются только те публикации, на которые есть ссылка в тексте доклада. Список формируется в алфавитном порядке и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

В приложение выносятся все не созданные автором иллюстрации, схемы, таблицы и другие материалы – указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения.

Правила оформления доклада.

Доклад выполняется на листах бумаги формата А4. Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц вверху посередине – ставятся везде, кроме первого (титульного) листа.

Оформление производится по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 «Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», где в пункте 6.9 указывается:

«Порядковый номер ссылки (отсылки) приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в конце текста ссылки. Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки».

Каждая часть работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждый раздел основной части доклада начинается с новой страницы. Названия частей работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «Приложение») и разделов основной части доклада («Раздел 1. Название») выделяется жирным шрифтом, выравнивание по центру.

*Структура и содержание доклада
по результатам проектной работы*

Минимальный объем доклада – 10 стр. Структура доклада: титульный лист (1 стр.), содержание (1 стр.), введение (1 стр.), основная часть (3 раздела), заключение (1 стр.), список использованных источников и литературы (не менее 10 работ), приложение.

Во введении обосновывается актуальность темы, объект и предмет, цель и три задачи проектной работы, теоретическое (классические и новые концепции) и эмпирическое (первичная и вторичная информация) основания для выполнения проектной работы.

Основная часть проектной работы состоит из трех разделов:

В первом разделе определяются основания для разработки проектного решения – обзор теоретического основания и актуального состояния объект-предметного поля на основе эмпирических данных; формулируется идея (гипотеза) проекта, указывается выбранное автором направление разработки – стратегическое решение, креативное решение или решение по медиаизмерениям.

Во втором разделе предлагается описание модели проектной деятельности для реализации выдвинутой идеи (гипотезы) проекта – планирование содержания работ, ресурсов и времени проекта; выбор способа проверки реализуемости идеи (гипотезы) проекта (например, экспертиза, эксперимент или тест); выводы по практическому применению планируемых результатов проекта для решения профессиональных задач в современных рекламных и PR-коммуникациях.

В третьем разделе – разработка решений для выбранного обучающимся вида работ: для стратегических решений – это модели деятельности и образцы управленческой документации (например, коммуникационная стратегия); для креативных решений – это презентационные материалы и образцы контента (прототипы медиапродуктов); для медиаизмерений – это процедуры измерений, анализа и интерпретации.

В список использованной литературы и источников включаются только те публикации, на которые есть ссылка в тексте доклада. Список формируется в алфавитном порядке и имеет сквозную нумерацию от первой до последней работы. Электронные ресурсы размещаются в общем ряду с текстами. Литература на иностранном языке размещается в конце списка. Публикации одного автора ставятся по годам от ранних к поздним.

В приложение выносятся все не созданные автором иллюстрации, схемы, таблицы и другие материалы – указывается ссылка на источник информации после заголовка приложения.

Обязательно в приложении размещаются базовые документы проекта – паспорт, план и отчет.

Правила оформления доклада.

Доклад выполняется на листах бумаги формата А4. Поля – сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал полуторный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц вверху посередине – ставятся везде, кроме первого (титульного) листа.

Оформление производится по общим правилам ГОСТ 7.32-2017 «Отчет по научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления», где в пункте 6.9 указывается: «Порядковый номер ссылки (отсылки) приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в

конце текста ссылки. Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки».

Каждая часть работы (содержание, введение, заключение, список использованных источников и литературы, приложение) и каждый раздел основной части доклада начинается с новой страницы. Названия частей работы («Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников и литературы», «Приложение») и разделов основной части доклада («Раздел 1. Название») выделяется жирным шрифтом, выравнивание по центру.

9.3 Другие материалы

Рекомендовано к изучению дополнительно:

Руководство к своду знаний по управлению проектом (Руководство PMBOK) (A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide) / Институт управления проектами. - Шестое издание | Newtown Square, PA: Project Management Institute, 2017. - ISBN: 978-1-62825-193-7. – URL: <https://biconsult.ru/files/datavault/PMBOK-6th-Edition-Ru.pdf>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: сформировать навыки проектного управления в медиасфере на всех этапах от проектирования до реализации инновационного медиапроекта в виде конечного продукта, представленного в формате блок-схемы инновации по конкретной теме.

Задачи дисциплины:

- сформировать навыки обучающегося по проектированию инновационного медиапроекта, с учетом рыночных тенденций и описанных ограничений проекта;
- сформировать проект, как идею, описанную в соответствии с требованиями, применяемыми к инновационным проектам в инвестиционном менеджменте;
- подготовить итоговый документ в виде проектного решения и его презентацией;
- изучить особенности инновационного проектного менеджмента, его методы и технологии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: тренды и запросы общества и бизнеса в разработке реализации инноваций; этапы привлечения инвесторов; шаблоны управленческой документации проекта и методы их формирования; основные требования к формированию коммерчески привлекательного инновационного медиапроекта.

Уметь: рассчитывать эффективность проекта и его инвестиционную привлекательность; оценивать эффекты реализации проекта, его потенциал для инвесторов; рассчитывать эффективность социальную проекта и его общественную привлекательность; оценивать эффекты реализации проекта для стейкхолдеров проекта, его потенциал для развития команды проекта; обосновывать инновационный медиапроект; делать описание этапов реализации и коммерциализации инновационного медиапроекта; формировать шаблоны управленческой документации проекта;

Владеть: инструментами и методами оценки проектной деятельности во внутренней среде проекта; инструментами и методами оценки проектной деятельности во внешней среде проекта; методами, подходами и инструментами разработки бизнес-модели проекта; маркетинговыми инструментами выбора рыночной ниши; навыками презентации проекта.