

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан факультета истории и
международных отношений
(наименование института / факультета)



(подпись)

О.И. Амурская

(И.О. Фамилия)

« 31 » августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
**Основы управления проектами и командная работа в рекламе и связях
с общественностью**

Уровень основной профессиональной образовательной программы:
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в
социокультурной сфере

Форма обучения: очная

Сроки освоения ОПОП: 4 года

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань, 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы управления проектами и командная работа в рекламе и связях с общественностью» является формирование компетенций как комплексов знаний, умений и владений, в совокупности необходимых для освоения бакалаврами базовых теоретических знаний в сфере применения алгоритма проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации рекламных и PR- проектов; формирование у студентов знаний и навыков по планированию и организации рекламных и PR- кампаний с максимальной эффективностью; обучение навыкам работы проектных команд, необходимых для осуществления практической деятельности в соответствии с выбранным направлением подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина Б1.О.06.14. «Основы управления проектами и командная работа в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части Блока Б 1., к Модулю общепрофессиональной подготовки Б1.0.05.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Теория и практика связей с общественностью

Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Разработка и технологии производства рекламного продукта

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

Защита ВКР

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных (ОПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, предлагает способы их решения и ожидаемые результаты в рамках проектной деятельности.	организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение коммуникационного проекта в рекламе и связях с общественностью, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы PR.	основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение проекта и иного коммуникационного продукта, которые включают рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта, и Интернет-коммуникации.	приемами продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке
		УК-2.3. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.	организацию разработки рекламного и PR-проектов, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы	основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение проекта и другого коммуникационного продукта	приемами коммуникативных технологий при продвижении рекламного проекта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке
	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, выбирает стиль руководства и общения, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.	организацию проектной деятельности в компании; грамотно прорабатывать основную идею проекта и проводить ее презентацию; выявлять ключевых участников проекта и влиять на них	участвовать в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации; обеспечивать средства и методы по реализации проектов; организовывать работу	навыками организации проектной деятельности (планирования, организации проектной координации, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация)

				<p>проектных команд; кооперироваться с коллегами, работе в коллективе</p> <p>; выбирать наиболее эффективные инструменты и каналы коммуникации</p>	
		<p>УК-3.2. Организует работу команды/ взаимодействует в команде, учитывая различия, особенности поведения и интересы других участников.</p>	<p>теоретические основы управления проектами; этапы подготовки и реализации проектов; основы медиапланирования; типологии рекламных и PR-кампаний; особенности поведения и интересы участников проектной деятельности</p>	<p>реализовать проекты; планировать и осуществлять коммуникационные, рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность; реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; проводить исследования в конкретной предметной области, определяет роль каждого участника в команде</p>	<p>методами реализации проектов; базовыми навыками медиапланирования; навыками расчета и оптимизации ресурсов, необходимых для эффективного управления проектами; навыками планирования мероприятий по управлению ожидаемой эффективностью; основными</p>
		<p>УК-3.3. Анализирует и оценивает результативность взаимодействия в команде, определяет последовательность шагов в решении возможных проблем для достижения заданного результата.</p>	<p>принципы планирования своего проекта по срокам и ресурсам; создания команды проекта и управления ею; контроль и прогнозирование, ход его реализации; управление</p>	<p>оценивать риски и эффективность управленческих решений при реализации проектов; составлять программы мероприятий, связанных с подготовкой</p>	<p>методами сбора и обработки информации; навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф,</p>

			рисками и изменениями; оценивание эффективности управления проектами	управленческих решений на разных этапах подготовки и реализации проектов	соглашение, договор, контракт и др.), владеть методами реализации проектов, принципами организации командной работы
--	--	--	--	---	--

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		№ 8	№	№	№
		часов	Часов	часов	часов
1	2	3	4	5	6
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	46	46			
В том числе:					
Лекции (Л)	18	18			
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	28	28			
Лабораторные работы (ЛР)					
2. Самостоятельная работа студента (всего)	62	62			
В том числе	-	-	-	-	-
<i>СРС в семестре:</i>					
Курсовая работа	КП				
	КР				
Другие виды СРС:	-	-	-	-	-
Подготовка к семинарским занятиям	14	14			
Написание эссе	8	8			
Подготовка к коллоквиуму	10	10			
Подготовка к написанию контрольной работы	8	8			
Подготовка и написание реферата	10	10			
Подготовка и проведение круглого стола	12	12			
<i>СРС в период сессии</i>					
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),				
	экзамен (Э)	(Э)			
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	108	108		
	зач. ед.	3	3		

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов дисциплины

семестра	№ раздела	№	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
8	1		Раздел I. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью	<p>Многообразие рекламных и PR-проектов: история и современность. Основные классификационные признаки проектов. Определение проекта. Аспекты проекта: сроки, бюджет и качество результата. Четыре функции управления проектом. Жизненный цикл проекта. Области особого внимания при подготовке проекта: долгосрочность, безопасность для окружающей среды, социальные факторы.</p> <p>Классификация проектов: социальные, инфраструктурные, политические, научные, инновационные и др. Концепция проекта, ее роль в создании системы управления, финансирования и ресурсообеспечения для достижения выбранных целей. Среда проекта (институциональное, политическое, экономическое окружение). Возникновение профессиональной специализации управленцев проектами. Основные концепции управления проектом. Стандарты управления проектами.</p> <p>Цели управления проектом. Связь между разработкой проекта и его осуществлением. Источники идей проекта (национальные планы и программы, возможности, открывающиеся на рынке, наличие ресурсов, новые технологии и т.д.). Предварительная идентификация идеи проекта. Определение средств осуществления проекта, рынков, технологий, места размещения, получателей выгоды от проекта и вероятных институциональных механизмов.</p> <p>Основные этапы управления проектом: организационные согласования, разделение деятельности на стадии и подготовка подробного расписания, мобилизация и распределение ресурсов, приобретение товаров и услуг, управление персоналом, управление осуществлением перемен, финансовый менеджмент (годовые сметы, закупки, ведение бухгалтерского учета, аудит), административная деятельность, контроль качества, управленческие информационные системы (системы мониторинга, оценки и отчетности).</p> <p>Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью. Роль рекламных и PR- проектов в развитии общества. в рекламе и связях с общественностью. Рекламные и PR-проекты в рамках культурных традиций.</p> <p>Менеджмент как особый вид деятельности. Специфика менеджмента в рекламе и связях с общественностью. Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом. Управление производством рекламного продукта и управление рекламным процессом. Менеджмент рекламного бизнеса на этапах рекламного процесса. Менеджмент в связях с общественностью.</p>
8	2		Раздел II. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью	<p>Понятия «программа» и «организация». Признаки организации. Различие между проектными и организационными структурами. Типы организации проектов. Преимущества и недостатки этих структур, наиболее частые сферы их применения.</p> <p>Основные характеристики и виды рекламных и PR-кампаний. Разработка креативной стратегии рекламной или PR-кампании. Функциональные составляющие рекламной и PR-кампании. Составляющие коммуникационной стратегии: рекламная стратегия - медиа стратегия - креативная стратегия. Использование</p>

			<p>методов коллективной творческой работы при разработке креативной стратегии. Креативная стратегия: визуальное и вербальное воплощение.</p> <p>Виды творческих заданий. Структура брифа. Анализ ситуации. Определение проблемы. Постановка целей и задач кампании. Описание целевой аудитории. Основные характеристики ЦА: географические характеристики, демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики. Цели и задачи. Понятие инсайта: условные типы инсайтов. Рекламная идея и художественный образ. Оценка креатива.</p>
8	3	<p>Раздел III. Функции эффективного руководителя рекламного или PR-проекта и работа над проектом в команде</p>	<p>Важность планирования. Определение плана. Начало планирования: перечень действий и их взаимосвязь. Основные задачи и виды управленческой деятельности на подготовительной стадии. Принципы разработки проекта (преемственность, эффективность, интенсивность, надежность, жизнеспособность, простота, управляемость, осмысленность, участие). Бизнес-план. Сетевое планирование: составление сетевого графика проекта, выявление критического пути и резервов времени выполнения отдельных работ проекта. Определение и разработка компонентов проекта. Выбор технологий реализации проекта. Разработка организационной структуры проекта и подготовка предложений по механизму управления. Календарное планирование проектов. Вероятностная оценка времени выполнения проекта. Оценка затрат по проекту, оценка непредвиденных расходов. Оптимизация графика по критерию «затраты - время».</p> <p>Причины популярности командного принципа работы в современном рекламном и PR-бизнесе. Особенности командной работы. Структура командной работы. Оптимальное количество в команде. Принципы организации команды: целеустремленность, сплоченность, ответственность. Качества хорошего командного игрока. Устав команды. Создание команды. Команды, работающие над проектами.</p> <p>Джефф Сазерленд. Scrum - революционный метод управления проектами.</p> <p>Бюджет как инструмент управления проектом. Виды затрат на реализацию проекта. Поэтапная оценка бюджета проекта в процессе его подготовки. Исходные данные для оценки проекта. Методы оценки «сверху вниз» и «снизу вверх». Расходы по капитальным и текущим операциям. Когда прогноз расходов превращается в план расходов.</p>
8	4	<p>Раздел IV. Учет и контроль хода реализации проекта и оценка его эффективности</p>	<p>Важность учета и контроля проекта. Проверки: пассивные и активные данные. Планирование учета проекта. Поэтапный учет результатов. Метод допустимых границ. Анализ товарных запасов. Учет методом S-образной кривой. Отчеты о результатах проверок и организация рабочих совещаний. Выработка корректирующих воздействий.</p> <p>Проблемы, возникающие при выборе проекта: неопределенность и риск. Как выявить риски проекта и как их уменьшить. Качественные критерии выбора проекта. Количественные критерии выбора проекта. Принятие решения о воплощении проекта. Выявление источников риска. Анализ и оценка риска. Анализ сценария. Варианты сценариев развития (оптимистический, пессимистический, вероятный).</p> <p>Позитивный опыт успешных проектов и риски повторения</p>

		<p>негативного опыта провальных проектов. «Риски колеи», «риски куриной слепоты». Неизбежность проблем, возникающих в процессе реализации проекта. Проблема недостатка информации при принятии решений. Решение о том, когда и как нужно решать данную проблему. Логика и интуиция в решении проблем. Метод целевой группы. Метод анализа сил. Парето-анализ.</p> <p>Важность грамотного завершения проекта. Момент окончания проекта. Функция руководителя проекта на завершающем этапе. Процесс завершения проекта. Завершение работ. Завершающая проверка и подведение итогов проекта. Сохранение материалов, имеющих отношение к проекту.</p> <p>Определение эффективности рекламной кампании и корректировка целей. Разновидности контроля. Контролируемые показатели. Процедуры контроля и корректировки. Методы оценки эффективности рекламной и PR - кампаний. Экспертная оценка в системе управления проектом.</p>
--	--	---

2.2. Перечень лабораторных работ, примерная тематика курсовых работ. Не предусмотрены учебным планом

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 62

часов.

Видами СРС являются:

- подготовка к семинарским занятиям;
- написание эссе;
- подготовка к коллоквиуму;
- подготовка к написанию контрольной работы;
- подготовка и написание реферата;
- подготовка и проведение круглого стола

Формами текущего контроля успеваемости являются:

- опрос обучающихся на занятиях семинарского типа;
- проверка эссе;
- опрос по вопросам коллоквиума к разделам дисциплины;
- проверка контрольной работы;
- проверка реферата;
- проведение круглого стола.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

(см. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине
Рейтинговая система для дисциплины не используется

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература:

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Анисина, Елена Алексеевна. Управление проектами [Электронный ресурс] : [курс лекций] / Е. А. Анисина; РГУ им. С. А. Есенина. - Рязань : РГУ, 2015. - Заглавие с титул. экрана. - Режим доступа: http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2/course/view.php?id=509 . (дата обращения: 02.01.2020)
2.	А. И. Балашов А.И, Рогова Е.М., Тихонова М.В., Ткаченко Е.А. Управление проектами : учебник и практикум для вузов под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/449791 (дата обращения: 09.04.2020).
3.	Романова, Мария Вячеславовна. Управление проектами [Текст] : учебное пособие / М. В. Романова. - Москва : ИНФРА-М, 2013. - 256 с. : ил. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 248-250. - Доп. Советом УМО. - ISBN 978-5-8199-0308-7. - ISBN 978-5-16-002920-7 : 292-00. (дата обращения: 02.01.2020).

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Вологжанина, Е. М. Управление проектами на основе российских национальных стандартов [Текст] / Е. Вологжанина, А. Шадрин // Стандарты и качество. - 2016. - № 6. - С. 38-41.
2.	Кузнецова, Е. В. Управление портфелем проектов как инструмент реализации корпоративной стратегии : учебник для вузов / Е. В. Кузнецова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07425-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/451359 (дата обращения: 09.04.2020)
3.	Мазур, Иван Иванович. Управление проектами [Текст] : учебное пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге; под общ. ред. И. И. Мазура. - 3-е изд. - М. : Омега-Л, 2006. - 664 с. - Доп. Мин. образования РФ. - ISBN 5-98119-753-6 : 201-25. (дата обращения: 02.01.2020). (дата обращения: 02.01.2020).
4.	Руднева, Е. О. Управление проектами как часть проектного менеджмента в сфере информационных технологий [Текст] / Е. О. Руднева // Дистанционное и виртуальное обучение. - 2018. - № 2. - С. 56-62. - Библиогр.: с. 62 (8 назв.). (дата обращения: 02.01.2020).
5.	Собина, Н. В. Управление проектами в коммерческом банке [Текст] / Н. В. Собина, М. П. Логинов // Финансы и кредит. - 2016. - № 20. - С. 14-23. - Библиогр.: с. 23 (18 назв.). – табл. (дата обращения: 02.01.2020).

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения: 10.01.2020).
2. East View [Электронный ресурс] : [база данных]. – Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 10.01.2020).
3. Moodle [Электронный ресурс] : среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. – Рязань, [Б.г.]. – Доступ после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 10.01.2020).
4. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 10.01.2020).
5. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 10.01.2020).

6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 10.01.2020).

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины:

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
2. Киберленинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
3. Просветительский проект «Лекториум» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lektorium.tv/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
4. Лаборатория социальной рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soclaboratory.ru/>(дата обращения: 2.01.2020).
5. Познавательный проект Фактрум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.factrum.ru/>(дата обращения: 2.01.2020).
6. Образовательная платформа Coursera [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.coursera.org>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
7. Топ-69 интересных сайтов для саморазвития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pikacho.ru/sajty-dlya-samorazvitiya/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).

5.5. Периодические издания:

1. Архив номеров журнала «Наука и жизнь». Режим доступа: <https://www.nkj.ru/archive/>, свободный (дата обращения: 10.01.2019).
2. ВВФ [Электронный журнал]. – Режим доступа: <https://bbf.ru/magazine/>, свободный (дата обращения: 10.01.2020).
3. Медиаскоп [Электронный журнал]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/12> свободный (дата обращения: 15.01.2020).
4. Наружка [Электронный журнал]. Режим доступа: <https://наружка.рф/> свободный (дата обращения: 15.01.2020).
5. Новости рекламы [Электронный журнал]. Режим доступа: propel.ru cdj,jlysq (дата обращения: 15.01.2020).
6. Реклама. Теория и практика [научный журнал] / учредитель: ООО «Издательский дом «Гребенников». 2016-2019 (из фонда библиотеки).
7. PR в России. Москва [Электронный журнал] : журнал профессиональный. – 1999 // ООО «ИВИС». – Доступ к полным текстам только в локальной сети университета. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/20966> (дата обращения 15.01.2020).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: лекционные аудитории, оснащенные видеопроекторным оборудованием, средствами звуковоспроизведения и экраном, оборудованные учебной мебелью; библиотека, имеющая учебные места для студентов, оснащенные компьютерной техникой с доступом к базам данных и сети Интернет; компьютерный класс, мультимедийный курс лекций.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: Видеопроектор, ноутбук, переносной экран. В компьютерном классе должны быть установлены средства MS Office: Word, Excel, PowerPoint и др.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Эссе	Написание сочинения небольшого объема и свободной композиции, подразумевающее впечатления и соображения автора по конкретному поводу или предмету.
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия (семинар)	Подготовка к каждому практическому занятию должна начинаться с ознакомления с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту можно самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме семинара и по возможности подготовить по нему презентацию. Если предусмотрено выполнение
	практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). При подготовке к семинарским занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме и др.
Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.
Экзамен	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.
Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА:

Набор ПО в компьютерных классах	
Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО
При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom	договор б/н от 10.10.2020г.
набор веб-сервисов MS office365	бесплатное ПО для учебных заведений https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office
система электронного обучения Moodle	свободно распространяемое ПО
Набор ПО для кафедральных ноутбуков	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО

9. Иные сведения

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:

Декан факультета истории и

международных отношений

(наименование института / факультета)



(подпись)

О.И. Амурская

(И.О. Фамилия)

« 31 » августа 2020 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)
«Основы управления проектами и командная работа в рекламе и
связях с общественностью»**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки Реклама и связи с общественностью в
социокультурной сфере

Квалификация бакалавр

Форма обучения очная

Цель освоения дисциплины «Основы управления проектами и командная работа в рекламе и связях с общественностью» является формирование компетенций как комплексов знаний, умений и владений, в совокупности необходимых для освоения бакалаврами базовых теоретических знаний в сфере применения алгоритма проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации рекламных и PR- проектов; формирование у студентов знаний и навыков по планированию и организации рекламных и PR-кампаний с максимальной эффективностью; обучение навыкам работы проектных команд, необходимых для осуществления практической деятельности в соответствии с выбранным направлением подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Б1.О.06.14. Основы управления проектами и командная работа в рекламе и связях с общественностью.

Дисциплина изучается на 4 курсе (8 семестр).

2. Трудоемкость дисциплины: 3 зачетных единиц, 108 академических часа.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

УК-2.1. Знать: организацию, подготовку к выпуску, производство и распространение коммуникационного проекта в рекламе и связях с общественностью, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы PR. *Уметь:* основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение проекта и иного коммуникационного продукта, которые включают рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта, и Интернет-коммуникации. *Владеть навыками:* приемами продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке.

УК-2.2. Знать: организацию разработки рекламного и PR-проектов, подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы. **Уметь:** основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение проекта и другого коммуникационного продукта. **Владеть навыками:** приемами коммуникативных технологий при продвижении рекламного проекта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке.

УК-3.1. Знать: организацию проектной деятельности в компании; грамотно прорабатывать основную идею проекта и проводить ее презентацию; выявлять ключевых участников проекта и влиять на них.

Уметь: участвовать в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации; обеспечивать средства и методы по реализации проектов; организовывать работу проектных команд; кооперироваться с коллегами, работе в коллективе, выбирать наиболее эффективные инструменты и каналы коммуникации. **Владеть навыками:** навыками организации проектной деятельности (планирования, организации проектной координации, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация).

УК-3.2 Знать: теоретические основы управления проектами; этапы подготовки и реализации проектов; основы медиапланирования; типологии рекламных и PR-кампаний; особенности поведения и интересы участников проектной деятельности. **Уметь:** реализовать проекты; планировать и осуществлять коммуникационные, рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность; реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; проводить исследования в конкретной предметной области, определяет роль каждого участника в команде. **Владеть навыками:** методами реализации проектов; базовыми навыками медиапланирования; навыками расчета и оптимизации ресурсов, необходимых для эффективного управления проектами; навыками планирования мероприятий по управлению ожидаемой эффективностью.

УК-3.3. Знать: принципы планирования своего проекта по срокам и ресурсам; создания команды проекта и управления ею; контроль и прогнозирование, ход его реализации; управление рисками и изменениями; оценивание эффективности управления проектами. **Уметь:** оценивать риски и эффективность управленческих решений при реализации проектов; составлять программы мероприятий, связанных с подготовкой управленческих решений на разных этапах подготовки и реализации проектов. **Владеть навыками:** основными методами сбора и обработки информации; навыками подготовки проектной документации (техничко-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.), владеть методами реализации проектов, принципами организации командной работы.

4. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения Зачет (8 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.