

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры этики, культурологии и
связей с общественностью
протокол № 7 от «05» июня 2020 г.

Согласовано:
Председатель УМК факультета философии и
социологии

Зав. кафедрой  /Иткулова Л.А.

 / Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина Управление проектами

Обязательная часть

программа магистратуры

Направление подготовки

42.04.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация

Магистр

Форма обучения

заочная

Разработчик (составитель): доцент кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, к. филос. н.	/Гарипова Г.Р.
---	----------------

Для приема: 2020 г.

Уфа – 2020 г.

Составитель: к. философских наук, доцент Г.Р. Гарипова

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № 7 от «05» июня 2020 г.

Заведующий кафедрой  / Л.А. Иткулова

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью,

протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,

протокол № _____ от «____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	7
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.	7
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.	12
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	19
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.	20
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	21

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК 2.1. Знает: способы разработки концепции проекта в рамках конкретного проблемного поля с учетом возможных результатов и последствий реализации проекта в конкретной социокультурной среде, теоретически обосновывает концепцию.	Знает основные способы разработки концепции проекта в рамках конкретного проблемного поля с учетом возможных результатов и последствий реализации проекта в конкретной социокультурной среде, теоретически обосновывает концепцию.
		ИУК 2.2. Умеет: разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных ресурсов, рисков, сценариев, других вариативных параметров, предлагает процедуры и механизмы мониторинга реализации и результатов проекта.	Умеет разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных ресурсов, рисков, сценариев, других вариативных параметров, предлагает процедуры и механизмы мониторинга реализации и результатов проекта.
		ИУК 2.3. Владеет: навыками осуществления координации и контроля в процессе реализации проекта; корректирует отклонения, внесения дополнительных изменений в план реализации в случае необходимости, определения зоны ответственности членов	Владеет навыками осуществления координации и контроля в процессе реализации проекта; корректирует отклонения, внесения дополнительных изменений в план реализации в случае необходимости,

		команды.	определения зоны ответственности членов команды.
--	--	----------	--

Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление проектами» относится к обязательной части.

Дисциплина изучается на 2 курсе во 1 семестре.

Цель учебной дисциплины «Управление проектами» – изучение алгоритма проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации рекламных и PR-проектов; постижение основ проектного менеджмента; обучение навыкам анализа проектов с технической, экологической, социальной, институциональной, финансовой, коммерческой и экономической сторон; формирование у студентов знаний и навыков по планированию и организации рекламных и PR-кампаний с максимальной эффективностью; обучение навыкам работы проектных команд

3.Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в приложении 1.

4.Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и формулировка компетенции: УК-2. – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	зачтено
УК-2. – Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК 2.1. Знает: способы разработки концепции проекта в рамках конкретного проблемного поля с учетом возможных результатов и последствий реализации проекта в конкретной социокультурной среде, теоретически	Отсутствие представления о способах разработки концепции проекта в рамках конкретного проблемного поля, теоретически не умеет обосновывать концепцию.	Отлично знает и применяет способы разработки концепции проекта в рамках конкретного проблемного поля с учетом возможных результатов и последствий реализации проекта в конкретной социокультурной среде, теоретически обосновывает концепцию.

	обосновывает концепцию.		
	ИУК 2.2. Умеет: разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных ресурсов, рисков, сценариев, других вариативных параметров, предлагает процедуры и механизмы мониторинга реализации и результатов проекта.	Отсутствие навыков разработки плана реализации проекта с учетом возможных ресурсов, рисков, сценариев, других вариативных параметров, не умеет предлагать процедуры и механизмы мониторинга реализации и результатов проекта.	Отличные навыки реализации проекта с учетом возможных ресурсов, рисков, сценариев, других вариативных параметров, предлагает процедуры и механизмы мониторинга реализации и результатов проекта.
	ИУК 2.3. Владеет: навыками осуществления координации и контроля в процессе реализации проекта; корректирует отклонения, внесения дополнительных изменений в план реализации в случае необходимости, определения зоны ответственности членов команды.	Отсутствие навыков осуществления координации и контроля в процессе реализации проекта.	Отличное владение навыками осуществления координации и контроля в процессе реализации проекта; корректирует отклонения, внесения дополнительных изменений в план реализации в случае необходимости, определения зоны ответственности членов команды.

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование индикатора компетенции	наименование достижения	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства

ИУК 2.1. Знает: способы разработки концепции проекта в рамках конкретного проблемного поля с учетом возможных результатов и последствий реализации проекта в конкретной социокультурной среде, теоретически обосновывает концепцию.	Знает основные способы разработки концепции проекта в рамках конкретного проблемного поля с учетом возможных результатов и последствий реализации проекта в конкретной социокультурной среде, теоретически обосновывает концепцию.	Опрос при проведении семинаров, работа над проектом
ИУК 2.2. Умеет: разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных ресурсов, рисков, сценариев, других вариативных параметров, предлагает процедуры и механизмы мониторинга реализации и результатов проекта.	Умеет разрабатывать план реализации проекта с учетом возможных ресурсов, рисков, сценариев, других вариативных параметров, предлагает процедуры и механизмы мониторинга реализации и результатов проекта.	Опрос при проведении семинаров, работа над проектом
ИУК 2.3. Владеет: навыками осуществления координации и контроля в процессе реализации проекта; корректирует отклонения, внесения дополнительных изменений в план реализации в случае необходимости, определения зоны ответственности членов команды.	Владеет навыками осуществления координации и контроля в процессе реализации проекта; корректирует отклонения, внесения дополнительных изменений в план реализации в случае необходимости, определения зоны ответственности членов команды.	Опрос при проведении семинаров, защита проекта

Примерные вопросы для зачета:

- 1 Определение проекта. Различие в формулировках определения.
- 2 Отличие традиционного определения проекта от определения, относящегося к рекламным PR-проектам.
- 3 Основные характеристики проекта и зависимость между ними.
- 4 Основные участники проекта и их функции. Основные функции менеджера проекта и команды проекта.
- 5 Признаки классификации проектов.
- 6 Маркетинговые исследования как основа эффективного управления проектами в рекламе и PR.
- 7 Основные фазы жизненного цикла проекта.
- 8 Охарактеризуйте концептуальную фазу проекта и приведите основные этапы этой фазы.
- 9 Фаза планирования проекта и основные этапы этой фазы.
- 10 Фаза реализации проекта и основные функции по управлению проектом в этой фазе.
- 11 Фаза завершения, эксплуатации и ликвидации проекта и основные функции по управлению проектами в этих фазах.
- 12 Основные задачи, назначение и принципы составления бизнес-плана.
- 13 Примерная структура бизнес плана.
- 14 Понятие об устойчивости проекта.

- 15 Дайте классификацию проектных рисков. Назовите основные методы управления рисками.
- 16 Методы качественного анализа проектных рисков.
- 17 Основные методы количественного анализа проектных рисков.
- 18 Коллективная генерация идей в управлении проектами в рекламе и PR. Метод мозгового штурма.
- 19 Средства актуализации творческого потенциала группы генерации идей.
- 20 Использование программных средств в проектировании.
- 21 Эволюция методических подходов к проектированию в рекламе и PR.
- 22 Тактика работы со СМИ в управлении проектами.
- 23 Креативные основы проектирования в рекламе и PR.
- 24 Управление инновационным проектом.
- 25 Методы оценки эффективности инновационного проекта.
- 26 Анализ чувствительности проекта, определение эластичности показателей эффективности проекта.
- 27 Бюджетное финансирование проектов.
- 28 Основные организационные структуры управления проектами. Организация управления проектами в рамках функциональной структуры. Достоинства и недостатки такой формы управления.
- 29 Понятие о методе PERT расчета вероятных значений времени выполнения проекта.
- 30 Типы конфликтов во время работы в группах.
- 31 Методы управления конфликтом. Стили разрешения межличностных конфликтов.
- 32 Стресс и управление им в деятельности руководителя.
- 33 Управление персоналом, функции и категории работников.
- 34 Первые PR-проекты. История создания.
- 35 Формы и сферы применения социологических исследований управления проектами в рекламе и PR.
- 36 Тестирование как метод диагностики в управленческой практике.
- 37 Перспективность использования инструментов психологии в исследовании управления проектами.
- 38 Организация управления проектами по принципу независимых команд. Достоинства и недостатки такой формы управления.
- 39 Основные правила построения сетевых графиков, основные типы связей между операциями.
- 40 Календарное планирование бюджета и ресурсов проекта с использованием сетевых методов.
- 41 Что представляет собой базовый план-график кумулятивных затрат проекта (S-кривая).
- 42 Методы оперативной оценки (мониторинга) времени и стоимостных показателей работ в процессе реализации проекта.
- 43 Аудит и завершение работы над проектом. Процесс закрытия проекта. Оценка успешности выполнения проекта. Оценка работы руководителя проекта, отдельных членов команды и команды в целом.
- 44 Матричная структура управления PR-проектами.
- 45 Основные принципы построения эффективной системы контроля.
- 46 Процессы, входящие в управление информационными связями.
- 47 Основные этапы закрытия контракта.
- 48 Постпроектная оценка.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ:

В настоящее время проверка качества подготовки студентов на зачётах заканчивается

выставлением отметок «зачтено» и «не зачтено». Критерии оценки знаний должны устанавливаться в соответствии с требованиями к профессиональной подготовке, исходя из действующих учебных планов и программ, с учётом характера конкретной дисциплины, а также будущей практической деятельности выпускника.

В качестве исходных рекомендуется общие критерии оценок:

Оценка «зачтено» предполагает:

- а) хорошее знание основных терминов и понятий курса;
- б) хорошее знание и владение методами изучения мифологии; в) последовательное изложение материала курса;
- г) умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов; д) умение использовать фундаментальные понятия из базовых культурологических дисциплин;

Оценка «не зачтено» предполагает:

- а) неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса; б) отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
- в) неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов; г) неумение использовать фундаментальные понятия из базовых культурологических дисциплин;

Вопросы для семинаров

МОДУЛЬ 1. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Тема 1. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью

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.

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

Классификация проектов: социальные, инфраструктурные, политические, научные, инновационные и др. Концепция проекта, ее роль в создании системы управления, финансирования и ресурсобеспечения для достижения выбранных целей. Среда проекта (институциональное, политическое, экономическое окружение). Возникновение профессиональной специализации управленцев проектами. Граничные условия применения популярных технологий управления проектами. Основные концепции управления проектом. Стандарты управления проектами.

Тема 3. Основные аспекты управления проектами

Цели управления проектом. Связь между разработкой проекта и его осуществлением. Источники идей проекта (национальные планы и программы, возможности, открывающиеся на рынке, наличие ресурсов, новые технологии и т.д.). Предварительная идентификация идеи проекта. Определение средств осуществления проекта, рынков, технологий, места размещения, получателей выгоды от проекта и вероятных институциональных механизмов. Основные этапы управления проектом: организационные согласования, разделение деятельности на стадии и подготовка подробного расписания, мобилизация и распределение ресурсов, приобретение товаров и услуг, управление персоналом, управление осуществлением перемен, финансовый менеджмент (годовые сметы, закупки, ведение

бухгалтерского учета, аудит), административная деятельность, контроль качества, управленческие информационные системы (системы мониторинга, оценки и отчетности).

Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью

Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью. Роль рекламных и PR-проектов в развитии общества. Коммерческие, социальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественностью. Рекламные и PR-проекты в рамках культурных традиций. Менеджмент как особый вид деятельности. Специфика менеджмента в рекламе и связях с общественностью. Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом. Управление производством рекламного продукта и управление рекламным процессом. Менеджмент рекламного бизнеса на этапах рекламного процесса. Менеджмент в связях с общественностью.

Тема 5. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью

Понятия «программа» и «организация». Признаки организации. Различие между проектными и организационными структурами. Типы организации проектов. Преимущества и недостатки этих структур, наиболее частые сферы их применения. Основные характеристики и виды рекламных и PR-кампаний. Разработка креативной стратегии рекламной или PR-кампании. Функциональные составляющие рекламной и PR-кампании. Составляющие коммуникационной стратегии: рекламная стратегия – медиа стратегия – креативная стратегия. Использование методов коллективной творческой работы при разработке креативной стратегии. Креативная стратегия: визуальное и вербальное воплощение.

Тема 6. Технология разработки креативного брифа

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.

МОДУЛЬ 2. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Тема 7. Планирование проекта

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

Тема 8. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта

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

Тема 9. Принципы работы над проектом в команде

Причины популярности командного принципа работы в современном рекламном и PR-бизнесе. Особенности командной работы. Структура командной работы. Оптимальное количество в команде. Принципы организации команды: целеустремленность, сплоченность, ответственность. Качества хорошего командного игрока. Устав команды. Создание команды. Команды, работающие над проектами. Джефф Сазерленд. Scrum - революционный метод управления проектами.

Тема 10. Управление бюджетом проекта

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.

Тема 11. Учет и контроль хода реализации проекта

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.

Тема 12. Риски проекта

Проблемы, возникающие при выборе проекта: неопределенность и риск. Как выявить риски проекта и как их уменьшить. Качественные критерии выбора проекта. Количественные критерии выбора проекта. Принятие решения о воплощении проекта. Выявление источников риска. Анализ и оценка риска. Анализ сценария. Варианты сценариев развития (оптимистический, пессимистический, вероятный). Позитивный опыт успешных проектов и риски повторения негативного опыта провальных проектов. «Риски колеи», «риски куриной слепоты».

Тема 13. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта

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

Тема 14. Завершение рекламного или PR-проекта

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.

Тема 15. Оценка эффективности проекта

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

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты социальных процессов.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, правовыми актами и другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию - в тезисной форме.

Занятия проходят в следующих основных формах: интерактива, решения задач, тестирования, свободного опроса обучающихся по заданным вопросам и др. Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. В вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует развитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом и презентацией, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет развернуть дискуссию по обозначенной проблеме;
- 4 балла выставляется студенту, если выступил с докладом, хорошо разбирается в материале, сумел ответить на вопросы;
- 2 балла выставляется студенту, если он выступил с докладом, но плохо знаком с материалом, не ответил на все вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не ответил на дополнительные вопросы, не готов к занятию.

Проектная работа (текущая аттестация)

В качестве проектной работы студентам предлагается провести исследование актуальной темы. Задание для проектной работы выдается на 8 неделе и проверяется в течение 14 -15 недель учебного курса. Количество часов самостоятельной работы, отведенной на подготовку к проектной работе: 26 часов. Проектная работа состоит из двух частей: а) проведение исследования конкретной проблемы; б) написание аналитической записки по результатам исследования. Проектная работа проверяет навыки постановки проблемы, разработки концепции, построения гипотезы, составления плана проведения исторического исследования. Обсуждение результатов контрольной работы в форме дискуссии проверяет навыки аргументированного изложения собственной точки зрения, ведение и участие в дискуссии. Представление результатов проектной работы в виде аналитического отчета формирует аналитические компетенции студента.

Примерные темы Проектной работы:

1. Разработка проекта рекламной кампании продукта питания;
2. Разработка проекта PR-кампании напитка;
3. Разработка проекта рекламной кампании спортивного инвентаря;
4. Разработка проекта PR-кампании автомобиля;
5. Разработка проекта рекламной кампании товара для животных;
6. Разработка проекта PR-кампании средства бытовой химии;
7. Разработка проекта PR-кампании туристической фирмы;
8. Разработка проекта рекламной кампании клининговой услуги;
9. Разработка проекта рекламной кампании кейтеринга;
10. Разработка проекта PR-кампании автомастерской услуги;

11. Разработка проекта рекламной объекта жилой недвижимости;
12. Разработка проекта рекламной объекта недвижимости бизнес-назначения;
13. Разработка проекта рекламной кампании стройматериала;
14. Разработка проекта PR-кампании универсального магазина;
15. Разработка проекта PR-кампании салона красоты;
16. Разработка проекта PR-кампании фитнес-центра;
17. Разработка проекта рекламной кампании программного продукта;
18. Разработка проекта рекламной кампании новой транспортной услуги;
19. Разработка проекта PR-кампании образовательного учреждения;
20. Разработка проекта рекламной кампании новой бизнес-услуги бизнесу.

Критерии оценки проектной работы:

- умение искать и находить необходимую информацию, исходный материал;
- логичность построения хода и результатов выполнения работы;
- качество содержания работы (его соответствие требованиям образовательного модуля);
- качество оформления результатов работы;
- умение использовать дополнительные возможности информационных технологий, специального оборудования и программ;
- умение делать выводы, обобщения, рекомендации для улучшения качества работы.

Описание шкалы оценивания проектной работы:

- оценки "отлично" (15 баллов) заслуживает обучающийся, который провёл всесторонний анализ выбранной темы, обнаруживший глубокое знание методологии исследований, выбранной темы изложивший собранный материал в ясной форме, сформулировавший обоснованные выводы по собранному материалу.

- оценки "хорошо" (10 баллов) заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший знание методологии исследования выбранной, сформулировавший основные выводы по материалу;

- оценки "удовлетворительно" (5 баллов) заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший частичное знание методологии исследований выбранной темы, сформулировавший выводы по материалу, но допустивший ошибки при выполнении контрольного задания;

- оценка "неудовлетворительно" (0 баллов) выставляется обучающемуся, допустивший серьезные принципиальные ошибки при проведении исследования выбранной темы, пробелы в знаниях методов изучения исторического материала. Также данная оценка выставляется, если

Студент не предоставил работу.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://rpd.bashedu.ru/node/384> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru/>

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Левушкина, С. В. Управление проектами : учебное пособие / С. В. Левушкина .— Ставрополь : Ставропольский гос. аграрный ун-т, 2017 .— 204 с. : ил. — Библиогр.: с. 203-204. URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988> (дата обращения: 05.02.2020)

2. Маркетинг PR и рекламы: учебник.- Москва: Юнити, 2015. -495с.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114709
3. Пчелина О. В. , Тарбушкин А. Ю. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере: учебное пособие. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2016. – 92с.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=461622

б) дополнительная литература:

1. Афонин, А. М. Управление проектами [Текст] : учебное пособие / Александр Михайлович Афонин, Юрий Николаевич Царегородцев, Светлана Александровна Петрова. - Москва : Издательство "ФОРУМ", 2009. - 184 с. ЭБС ИНФРА-М.
2. Гарольд, Керцнер Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами [Электронный ресурс] : учебное пособие / Гарольд Керцнер. - Москва : ДМК Пресс, 2014. - 320 с. ЭБС IPRbooks.
3. Евстафьев В. А. , Молин А. В. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник. - Москва: Дашков и К°, 2016. -512с.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=385767
4. Лещева, И А. Основы управления проектами [Текст] / И А Лещева. - Санкт- Петербург : Издательство "Высшая школа менеджмента", 2011. - 96 с.
5. Марусева И. В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы: учебное пособие, Ч. 1. Теоретические основы дипломного проектирования: рынок, PR и реклама. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2014. -363с.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=253699
6. Никонова, И. А. Проектный анализ и проектное финансирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Никонова И. А. - Москва: Альпина Паблишер, 2012. - 153 с. ЭБС IPRbooks.
7. Розета, Мус Управление проектом в сфере графического дизайна [Электронный ресурс] : учебное пособие / Розета Мус. - Москва : Альпина Паблишер, 2013. - 224 с. ЭБС IPRbooks.
8. Рукомойникова В. П. Технологии шоу-бизнеса: учебное пособие. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2019. -80с.
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=570651
9. Самые успешные PR-кампании в мировой практике / Пер. с англ. Варламовой О.В. и др. — М. : Инфра-М, 2002. — 310с. — (Современные консалтинговые технологии) .— ISBN 5943690085 : 178.00. <http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?present+4200+default+1+1+F+1.2.840.10003.5.102+rus>
10. Тёрк, Уэйн. Управление проектами и здравый смысл [Текст] = CommonSenseProjectManagement / У. Тёрк ; пер. с англ. А. Л. Раскина. - Москва : Стандарты и качество, 2009. - 239, [1] с.
11. Шарков, Ф. И. Управление маркетинговыми коммуникациями (интегрированный подход) [Текст] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр. – Москва : Трикста : Акад. Проект, 2006. - 250, [6] с.
12. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством VTL-коммуникаций [Текст] / Вячеслав Олегович Шпаковский. - 3. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. - 128 с. ЭБС ИНФРА-М.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная. Договор № 114 от 12.11.2014 г.

Перечень информационных справочных систем:

-ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

-ЭБС издательства «Лань»;

-ЭБС «Электронный читальный зал»;

Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА // <http://advtime.ru/>

Реклама в регионах // <http://reklama-region.com/>

Рекламные идеи. О брендинге и креативе // <http://www.advi.ru/>

Состав. Один из самых информационно-насыщенных и популярных порталов о рекламе // www.sostav.ru

Adindex. Сайт о рекламе и маркетинге // <http://www.adindex.ru/>

Advertology. Наука о рекламе // www.advertology.ru

AdVesti. Сайт, посвященный рекламодателям // www.advesti.ru

Media-online. Все о рекламе // <http://www.media-online.ru/>

RWR. Реклама в России // www.rwr.ru

Shturmuy.ru. Реклама Екатеринбурга, России и всего мира // <http://www.shturmuy.ru>

Ассоциация рекламных организаций Белоруссии // <http://www.reklam.by/>

Все о PR на Украине // <http://www.propr.com.ua>

Рекламный украинский портал // <http://www.rup.com.ua/>

Proreklamu. На Украине // <http://www.proreklamu.com/>

АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России // <http://www.akarussia.ru/>

Ассоциация рекламодателей // <http://www.assadv.ru/>

Национальная рекламная ассоциация // <http://www.rosnra.ru/>

РФР. Ассоциация Рекламная Федерация Регионов // <http://www.rfr.ru/>

allBranding. Технологии брендинга // www.allbranding.ru

Аналитический Центр Видео Интернешнл // <http://www.acvi.ru/>

Comcon // <http://www.comcon-2.ru/>

TNS // www.tns-global.ru

Adme. Креативная реклама // <http://www.adme.ru>

Российская ассоциация маркетинга // <http://www.ram.ru/>

Энциклопедия маркетинга // <http://www.marketing.spb.ru/>

4p.ruМаркетинг портал // <http://www.4p.ru>

Технология продажи ТВ рекламы по GRP // www.grp.ru

Mediaplan // <http://www.mediaplan.ru/>

Outdoor.ru. Наружная реклама // <http://www.outdoor.ru>

Нейминговое агентство Naming.ru // <http://www.naming.ru/>

Конкурс на получение премии в области связей с общественностью // <http://www.prproba.ru/>

РАСОРоссийская ассоциация по связям с общественностью // <http://www.raso.ru/>

Советник. Популярный сайт о PR // www.sovetnik.ru

PR-Life // <http://PR-life.ru/>

ГИППСайт Гильдии издателей периодической печати // www.gipp.ru

НАТНациональная ассоциация теле вещателей // <http://www.nat.ru/>

Национальная тиражная служба // <http://www.pressaudit.ru/>

Российская академия радио // <http://www.radioacademy.ru/>

Media Guide // <http://www.mediaguide.ru/>

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p>1.учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 407, Аудитория № 419 Лаборатория ИТ (Российская Федерация, 450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (4 этаж № 407, 419).</p>	<p>Лекции</p>	<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 406 стол ученический – 11 шт., стул ученический – 22 шт., аудиторная доска 3-х секционная – 1 шт., стул рабочий – 1 шт., стол преподавателя – 1 шт., трибуна – 1 шт., аудитория № 419 Лаборатория ИТ Оборудование: стол рабочий - 1 шт.; аудиторная парта 3-х местная - 14 шт.; аудиторная доска 3-х секционная - 1 шт.; стул кожаный - 1 шт.; проектор Optoma Ex542 i - 1 шт.; экран настенный Dinon - 1 шт., моноблоки Lenovo Think Centre All-in-One 2048MB 320GB - 15 шт.</p>
<p>2.учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: Аудитория №319, аудитория №407 (Российская Федерация, 450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (4 этаж № 407, 319).</p>	<p>Практические занятия</p>	<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 406 стол ученический – 11 шт., стул ученический – 22 шт., аудиторная доска 3-х секционная – 1 шт., стул рабочий – 1 шт., стол преподавателя – 1 шт., трибуна – 1 шт., аудитория № 419 Лаборатория ИТ Оборудование: стол рабочий - 1 шт.; аудиторная парта 3-х местная - 14 шт.; аудиторная доска 3-х секционная - 1 шт.; стул кожаный - 1 шт.; проектор Optoma Ex542 i - 1 шт.; экран настенный Dinon - 1 шт., моноблоки Lenovo Think Centre All-in-One 2048MB 320GB - 15 шт.</p>
<p>3. учебная аудитория для проведения групповых индивидуальных консультаций: аудитория № 407, Аудитория № 419</p>	<p>Индивидуальные и групповые консультации, промежуточная аттестация</p>	<p>аудитория № 319 стул синий – 1 шт., стол компьютерный – 1 шт., мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U – 1 шт., экран настенный – 1 шт., трибуна – 1 шт., парты – 7 шт., аудитория № 419 Лаборатория ИТ Оборудование: стол рабочий - 1 шт.;</p>

<p>Лаборатория ИТ (Российская Федерация, 450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (4 этаж № 407, 419).</p>		<p>аудиторная парта 3-х местная - 14 шт.; аудиторная доска 3-х секционная - 1 шт.; стул кожаный - 1 шт.; проектор Optoma Ex542 i - 1 шт.; экран настенный Dinon - 1 шт., моноблоки Lenovo Think Centre All-in- One 2048MB 320GB - 15 шт.</p>
<p>4.учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: Аудитория №319, аудитория №407, аудитория №419 (Российская Федерация, 450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (4 этаж № 407, 319, 419).</p>	<p>Промежуточная аттестация</p>	<p>аудитория № 319 стул синий – 1 шт., стол компьютерный – 1 шт., мультимедиа- проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U – 1 шт., экран настенный – 1 шт., трибуна – 1 шт., парты – 7 шт., аудитория № 406 стол ученический – 11 шт., стул ученический – 22 шт., аудиторная доска 3-х секционная – 1 шт., стул рабочий – 1 шт., стол преподавателя – 1 шт., трибуна – 1 шт., аудитория № 419 Лаборатория ИТ Оборудование: стол рабочий - 1 шт.; аудиторная парта 3-х местная - 14 шт.; аудиторная доска 3-х секционная - 1 шт.; стул кожаный - 1 шт.; проектор Optoma Ex542 i - 1 шт.; экран настенный Dinon - 1 шт., моноблоки Lenovo Think Centre All-in- One 2048MB 320GB - 15 шт.</p>
<p>5.помещения для самостоятельной работы: читальный зал №5 (Российская Федерация, 450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (читальный зал № 5).</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p>абонемент № 9 (читальный зал) принтер KyoceraFS-106DN(A4 Duplex Net25 – 1 шт., сканер штрих-кода – 2 шт., огнетушитель ОП-4(3) – 2 шт., стол ученический – 3 шт., стол читательский двухместный – 6 шт., стул рабочий – 14 шт., стул ученический – 6 шт., тумба приставная – 1 шт., USB(HD)-кабель для сканера CIPHER-1502 – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер CIPHER-1502 – 1 шт., компьютер: сист. блок, клавиатура – 1 шт., телефон Panasonic – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom – 2 шт.</p>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Управление проектами на 3 семестр
заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	89,2
лекций	6
лабораторных	-
практических/ семинарских	16
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	81,8
из них, предусмотренные на выполнение курсовой работы / курсового проекта	-
Учебных часов на подготовку к зачёту (Контроль)	4

Форма контроля:

Зачет 3 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8
	МОДУЛЬ 1. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ						
1.	Тема 1. Управление проектами в рекламе и связях с общественностью 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.	1		1	10	Работа с лекцией, ознакомление с основной и доп. литературой.	Опрос.
2.	Тема 2. Современные представления о целях и методах проектирования и управления проектами Классификация проектов: социальные, инфраструктурные, политические, научные, инновационные и др. Концепция проекта, ее роль в создании	1		1	10	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, выбор темы и работа над рефератом при совпадении выбранной темы реферата с данной темой.	Опрос. План работы над проектом.

	<p>системы управления, финансирования и ресурсообеспечения для достижения выбранных целей. Среда проекта (институциональное, политическое, экономическое окружение). Возникновение профессиональной специализации управленцев проектами. Граничные условия применения популярных технологий управления проектами. Основные концепции управления проектом. Стандарты управления проектами.</p>					
3.	<p>Тема 3. Основные аспекты 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</p>		1	10	Работа с лекцией, подготовка к ПЗ, реферата при совпадении темы с данной темой.	Опрос.

	осуществлением перемен, финансовый менеджмент (годовые сметы, закупки, ведение бухгалтерского учета, аудит), административная деятельность, контроль качества, управленческие информационные системы (системы мониторинга, оценки и отчетности).					
4.	Тема 4. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью. Роль рекламных и PR-проектов в развитии общества. Коммерческие, социальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественностью. Рекламные и PR-проекты в рамках культурных традиций. Менеджмент как особый вид деятельности. Специфика менеджмента в рекламе и связях с общественностью. Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом. Управление производством рекламного продукта и управление рекламным процессом. Менеджмент рекламного бизнеса на этапах рекламного процесса. Менеджмент в связях с общественностью.		1	10	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, работа проекта мероприятия, подготовка к написанию реферата.	Опрос. Проектная работа.
5.	Тема 5. Проектирование программ в рекламе и связях с общественностью Понятия «программа» и «организация». Признаки организации. Различие между проектными и организационными структурами. Типы организации проектов. Преимущества и недостатки	1	1	10	Подготовка к ПЗ	Опрос. Проектная работа

	<p>этих структур, наиболее частые сферы их применения. Основные характеристики и виды рекламных и PR-кампаний. Разработка креативной стратегии рекламной или PR-кампании. Функциональные составляющие рекламной и PR-кампании. Составляющие коммуникационной стратегии: рекламная стратегия – медиа стратегия – креативная стратегия. Использование методов коллективной творческой работы при разработке креативной стратегии. Креативная стратегия: визуальное и вербальное воплощение.</p>					
6.	<p>Тема 6. Технология разработки креативного брифа 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>		1	10	<p>Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, выбор темы и работа над рефератом при совпадении выбранной темы реферата с данной темой.</p>	Опрос. Проектная работа.
	<p>МОДУЛЬ 2. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ</p>					
7.	<p>Тема 7. Планирование проекта Важность планирования. Определение</p>	1	1	13,8	<p>Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, выбор темы и работа над рефератом</p>	Опрос. Контрольная

	<p>плана. Начало планирования: перечень действий и их взаимосвязь. Основные задачи и виды управленческой деятельности на подготовительной стадии. Принципы разработки проекта (преемственность, эффективность, интенсивность, надежность, жизнеспособность, простота, управляемость, осмысленность, участие). Бизнес-план. Сетевое планирование: составление сетевого графика проекта, выявление критического пути и резервов времени выполнения отдельных работ проекта. Определение и разработка компонентов проекта. Выбор технологий реализации проекта. Разработка организационной структуры проекта и подготовка предложений по механизму управления. Календарное планирование проектов (диаграмма Ганта). Вероятностная оценка времени выполнения проекта. Оценка затрат по проекту, оценка непредвиденных расходов. Оптимизация графика по критерию «затраты-время».</p>					<p>при совпадении выбранной темы реферата с данной темой.</p>	<p>работа</p>
8.	<p>Тема 8. Качества эффективного руководителя рекламного или PR-проекта. Понятие «управление». Различия между управлением рутинной и проектной деятельностью. Навыки и умения руководителя проекта. Работа руководителя в команде. Эффективная коммуникация с подчиненными. Навыки эффективного решения конфликтов между членами команды. Эффективная мотивация подчиненных.</p>	1		1	10	<p>Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, выбор темы и работа над рефератом при совпадении выбранной темы реферата с данной темой.</p>	<p>Опрос. Контрольная работа</p>

9	<p>Тема 9. Принципы работы над проектом в команде</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. Джефф Сазерленд. Scrum - революционный метод управления проектами.</p>		1				
10	<p>Тема 10. Управление бюджетом проекта</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>		1				
11	<p>Тема 11. Учет и контроль хода реализации проекта</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>		1				

12	<p>Тема 12. Риски проекта</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). Позитивный опыт успешных проектов и риски повторения негативного опыта провальных проектов. «Риски колеи», «риски куриной слепоты».</p>			1			
13	<p>Тема 13. Решение проблем, связанных с осуществлением проекта</p> <p>Неизбежность проблем, возникающих в процессе реализации проекта. Проблема недостатка информации при принятии решений. Решение о том, когда и как нужно решать данную проблему. Логика и интуиция в решении проблем. Метод целевой группы. Метод анализа сил. Диаграмма Ишикавы. Парето-анализ.</p>			1			
14	<p>Тема 14. Завершение рекламного или PR-1 проекта</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>			1			

15	Тема 15. Оценка эффективности проекта 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	-		2			
	ИТОГО:	6	-	16	81,8		