

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания
по выполнению практических работ по дисциплине
Управление проектами в профессиональной деятельности
для студентов направления подготовки
по направлению 44.04.01 Педагогическое образование
направленность (профиль)
«Технологии креативных индустрий в сфере образования»

Ставрополь, 2026

ВВЕДЕНИЕ

Методические указания к практическим занятиям студентов по дисциплине «Управление проектами в профессиональной деятельности» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 44.04.01 Педагогическое образование.

Цель курса - является формирование понимания основных методов, средств и технологий эффективного взаимодействия и реализации успешного проекта, а также системы теоретических знаний и практических навыков для обеспечения эффективности управленческого взаимодействия в трудовой профессиональной деятельности.

Основные задачи курса:

- изучение проектов;
- изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете;
- сформировать представление о деятельности руководителя проекта и основных психологических проблемах, возникающих в процессе реализации;

Дисциплина «Управление проектами в профессиональной деятельности» относится к дисциплинам обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений.

Отчетность: зачет с оценкой

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла **УК-2**

ИД-1 УК-2

Определяет принципы формирования концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; владеет основными требованиями, предъявляемые к проектной работе и критерии оценки результатов проектной деятельности.

ИД-2 УК-2

Осуществляет разработку концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения

ИД-3 УК-2

Реализовывает навыки составления плана-графика реализации проекта в целом и плана-контроля его выполнения; навыки конструктивного преодоления возникающих разногласий и конфликтов.

Способность проектировать основные и дополнительные образовательные программы и разрабатывать научно-методическое обеспечение их реализации **ОПК-2**

ИД-1 ОПК 2. Определяет основные принципы, методы и технологии проектирования основных и дополнительных образовательных программ и индивидуальных образовательных маршрутов обучающихся.

ИД-2 ОПК 2. Проектирует основные и дополнительные образовательные программы с учетом планируемых образовательных результатов; отбирает и структурирует содержание основных и дополнительных образовательных программ

ИД-3 ОПК 2. Разрабатывает научнометодическое обеспечение реализации основных и дополнительных образовательных программ и проектов

Способность планировать и организовывать взаимодействия участников образовательных отношений **ОПК-7**

ИД-1 ОПК-7

Наблюдает и оценивает эффективность деятельности специалиста, правильность выполнения процедур и методов в соответствии с принятыми стандартами, регламентами и организационным требованиями, применяет на практике методы повышения эффективности командного взаимодействия, развивает и поддерживает обмен

профессиональным и знаниями.

ИД-2 ОПК-7

Планирует и организует взаимодействие участников образовательных отношений с учетом основных закономерностей возрастного развития, в том числе с применением современных информационно-коммуникационных технологий

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1.

Тема: Современный рынок проектов: структура, тенденции, перспективы.

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1_{УК-2}; ИД-2_{УК-2}; ОПК-2; ИД-1_{ОПК-2}; ИД-2_{ОПК-2}; ИД-3_{ОПК-2}; ОПК-7; ИД-1_{ОПК-7}; ИД-2_{ОПК-7}.

Актуальность темы: Современное управление проектом — это особый вид управления, который так или иначе может применяться к управлению любыми объектами, а не только объектами, имеющими явные характеристики проекта. Это подтверждается результатами практического использования проектного управления в самых разнообразных областях современного российского менеджмента.

Вопросы и задания:

1. Медиапроект и его окружение.
2. Основные методы проектного анализа.

Теоретическая часть: Современное управление проектом — это особый вид управления, который так или иначе может применяться к управлению любыми объектами, а не только объектами, имеющими явные характеристики проекта. Это подтверждается результатами практического использования проектного управления в самых разнообразных областях современного российского менеджмента. На сегодняшний день сложился стереотип о том, что наука управления проектами сформировалась относительно недавно, но на самом деле это так. Начало управлению проектами было положено еще в конце XIX века. С тех пор на науку управления проектами влияли как социальные методы, научные подходы, так и бизнес — подходы. Можно смело заявить о том, что в конце XIX века наблюдалось развитие делового мира, и крупномасштабные государственные проекты того времени стали базой для методологии управления проектами сегодня. Данный фактор применим ко всем странам, так, например, в Советском Союзе в период индустриализации сформировались основные подходы, явившиеся основами современного проектного управления. К сожалению, на сегодняшний день проектное управление пока не имеет широкого распространения в РФ в силу того, что является принципиально новой организационной и профессиональной рыночной культурой для российских руководителей, управленцев и менеджеров. Однако, интерес к применению проектных методов управления в последние годы имеет актуальность, причем во всех отраслях экономики.

Список литературы:

Основная литература

Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература:

1. Шуванов, В. И. Социальная психология управления : учебник / В.И. Шуванов. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01629-0, экземпляров неограничено

2. Трусъ, А. А. Психология управления. Практикум Электронный ресурс : Учебное пособие / А. А. Трусъ. - Психология управления. Практикум, 2019-06-01. - Минск : Вышэйшая школа, 2015. - 350 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-985-06-2643-1, экземпляров неограничено

3. Захарова, Л.Н. Психология управления Электронный ресурс : учебное пособие / Л.Н. Захарова. - Психология управления, 2019-04-20. - Москва : Логос, 2014. - 376 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-98704-499-5, экземпляров неограничено

Интернет-ресурсы:

4. www.biblioclub.ru «Университетская библиотека онлайн».

5. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks

Практическое занятие № 2

Тема: Экспертная оценка в системе управления медиапроектом

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2; ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2опк-2; ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Теоретическая часть:

Наиболее широко при исследовании СУ используются экспертные методы. Это обусловлено большим числом противоречий в системах социально-экономического характера, которые невозможно изучить объективными методами. Эти методы применяются также при невозможности использовать моделирование и описание исследуемых объектов формализованными математическими способами, отсутствии достаточно достоверной информации, информационной неопределенности исследуемых объектов, разработке средне- и долгосрочных прогнозов влияния новых законов и закономерностей на СУ, тенденций развития управления, рыночной среды, а также при наличии экстремальных ситуаций в управлении.

Вопросы и задания:

1. Правовые аспекты управления медиапроектами.
2. Информационно-коммуникационные технологии в управлении медиапроектами.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие №3.

Тема: Управление коммерческими проектами в интернете.

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2;ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2 опк-2;ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Креативный подход к управлению медиапроектами в сети Интернет.
2. Функциональная эффективность медиапроекта.

Теоретическая часть:

Интернет-проект — это проект, в состав которого входят задачи по разработке и развитию интернет-ресурсов или интернет-технологий, а также их использование и продвижение на электронном рынке в сети Интернет.

В качестве примеров различных интернет-проектов можно привести проекты разработки и продвижения корпоративных сайтов и порталов, интернет-магазинов или электронных торговых площадок, социальных медиа (социальная сеть, блог-платформа, онлайн-СМИ и проч.), облачных сервисов (SaaS или PaaS), а также проекты по созданию различных технологий поиска требуемой информации в интернете. В соответствии с руководством РМВоК, каждый интернет-проект подразумевает управление интеграцией, содержанием, сроками, стоимостью, коммуникациями, человеческими ресурсами, качеством, рисками, заинтересованными сторонами проекта, закупками.

В цифровом бизнесе важнейшее место занимают инвестиционные интернет-проекты. Они создаются с коммерческими целями и, как правило, окупают вложенные затраты и приносят прибыль заинтересованным сторонам. Примерами инвестиционных интернет-проектов могут служить проекты создания и развития интернет-магазинов и электронных торговых площадок, интернет-сервисы, монетизация которых основана на рекламной модели или модели подписки, платные облачные SaaS- и PaaS- сервисы.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. :

ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие №4.

Тема: Управление коммерческими проектами в интернете.

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2;ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2 опк-2;ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Научный подход к проектному творчеству.
2. Условия успешной работы творческой группы.

Теоретическая часть:

Интернет-проект — это проект, в состав которого входят задачи по разработке и развитию интернет-ресурсов или интернет-технологий, а также их использование и продвижение на электронном рынке в сети Интернет.

В качестве примеров различных интернет-проектов можно привести проекты разработки и продвижения корпоративных сайтов и порталов, интернет-магазинов или электронных торговых площадок, социальных медиа (социальная сеть, блог-платформа, онлайн-СМИ и проч.), облачных сервисов (SaaS или PaaS), а также проекты по созданию различных технологий поиска требуемой информации в интернете. В соответствии с руководством РМВоК, каждый интернет-проект подразумевает управление интеграцией, содержанием, сроками, стоимостью, коммуникациями, человеческими ресурсами, качеством, рисками, заинтересованными сторонами проекта, закупками.

В цифровом бизнесе важнейшее место занимают инвестиционные интернет-проекты. Они создаются с коммерческими целями и, как правило, окупают вложенные затраты и приносят прибыль заинтересованным сторонам. Примерами инвестиционных интернет-проектов могут служить проекты создания и развития интернет-магазинов и электронных торговых площадок, интернет-сервисы, монетизация которых основана на рекламной модели или модели подписки, платные облачные SaaS- и PaaS- сервисы.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие №5.

Тема: Интернет-редакция как главное действующее лицо в управлении медиапроектами в сети.

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2;ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2 опк-2;ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Классификация интернет-редакций.
2. Структура и кадровый состав интернет-редакции.

Теоретическая часть:

Классификация электронных изданий может вестись по нескольким признакам. Наиболее существенными из них нам представляются следующие:

- п периодичность издания;
- п круг потребителей продукции;
- п вид издания;
- п способ распространения;
- п формат издания.

Круг потребителей продукции или круг пользователей электронных изданий достаточно широк и разнообразен. К ним можно отнести учащихся, использующих электронные учебники, туристов и посетителей музеев, которые с помощью электронных изданий могут совершать виртуальные путешествия и осмотр памятников культуры, специалистов, использующих справочные и иные пособия по своей специальности, детей, «посещающих» мультимедийные виртуальные спектакли и т. д. Эти издания распространяются преимущественно на компакт-дисках и рассчитаны на мультимедийный компьютер.

Научные и технические издания, преимущественно периодические, рассчитаны на широкий круг научных работников, специалистов и преподавателей и становятся все более популярными, главным образом благодаря опережающей, по сравнению с

печатными изданиями, возможностью ознакомления с ними, а также в связи с большей простотой и дешевизной получения информации, простоте ее извлечения и возможности контекстного просмотра авторских ссылок и сопутствующих материалов. В последнее время основной средой распространения таких изданий стала глобальная сеть Интернет.

Сопутствующими для всех рассмотренных выше разновидностей электронных изданий являются рекламные материалы. В большинство электронных изданий, как, впрочем, и в печатные, вкрапляется реклама в самых различных формах. Самая простая и естественная из этих видов - реклама фирмы, производящей данное электронное издание, включающая в себя как минимум информацию о других электронных изданиях данного профиля, выпущенных или подготавливаемых к выпуску этой фирмой. В периодических электронных изданиях реклама автоматически переносится со сверстанных страниц оригинала в электронное издание. В изданиях, распространяемых по глобальным сетям, само оформление сайтов, страниц и интерфейсов уже содержит рекламные элементы, в частности, анимационные.

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие №6.

Тема: Организация работы в управлении медиапроектами в интернете

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2;ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2 опк-2;ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Построение взаимоотношений участников процесса управления медиапроектами.

2. Категории эффективности медиапроектов в сети Интернет.

Теоретическая часть:

Жизненный цикл медиапроекта включает в себя несколько этапов: 1) организационно-подготовительный этап (проектирование медиапродукта); 2) технологический этап (разработка медиапродукта); 3) заключительный этап (презентация медиапродукта) [3]. Первый этап включает проектирование медиапродукта. На этом этапе самое главное — это генерирование идеи медиапроекта [6]. Технологический этап включает в себя разработку содержательных составляющих медиапроекта: Название проекта, его аббревиатура (при наличии), продолжительность и общий бюджет проекта, сведения о финансировании данного или похожего проекта ранее. Определение актуальности /релевантности проекта, его цели и задач, мероприятий, запланированных в ходе реализации проекта, ожидаемых результатов, а также планов по их распространению. Список участников проекта, краткая информация об организациях, участвующих в проекте (название, форма собственности, юридический адрес и др.), их руководителях, менеджерах и, в некоторых случаях, участниках проекта со стороны каждой конкретной организации, а также сведения о количестве сотрудников и финансовых возможностях организаций. Календарный план реализации проекта включает подробную информацию о запланированных в рамках проекта мероприятиях с указанием их сроков, продолжительности, количества участников, ожидаемых результатов и их распространения. Управление сроками проекта. Разработка расписания. Фазы процесса, контрольные события. Долгосрочное, оперативное и программно-целевое планирование в медиаотрасли. Детальный план бюджета проекта содержит подробную информацию о запланированном бюджете проекта. Экономика и организация медиапроекта Анализ рисков и ограничений медиапроекта Определение риска проекта. Планирование управления рисками. Технологии бюджетирования медиапроекта Бюджет как ограничительный фактор медиапроектирования. Критерии оптимизации бюджета. Распределение ресурсов по операциям проекта. Управление стоимостью проекта. Прогнозная стоимость проекта. Экономическая модель медиапроекта с платным контентом. Экономическая модель медиапроекта с бесплатным контентом. Создание организационной структуры медиапроекта Создание организационной модели проекта. Типовые организационные схемы проекта. Инструменты удаленного взаимодействия. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей. Устав проекта и другие документы, закрепляющие концепцию, как часть организационной модели медиапроекта. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта [8]. Заключительный этап создания включает в себя презентацию медиапродукта. В сфере управления проектами представлена сходная структура медиапроекта, содержащая, помимо указанных, еще и аналитический этап, включающий анализ результатов выполнения проекта и оценку качества его выполнения. Таким образом, подготовка медиапроекта осуществляется поэтапно и последовательно, что в конечном счете обеспечивает его логичность, единство формы и содержания, хронологическую и финансовую оптимальность, высокую образовательно-прикладную эффективность.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>
2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. :

ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие №7.

Тема: Медиапроект как вид медиаискусства.

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2;ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2 опк-2;ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Виды медиапроектов: сайт, презентация, видеоролик
2. Жанры в зависимости от типа используемых технологий и формы представления произведений: видеоарт, саундарт, медиаинсталляция, медиаперформанс, медиаландшафт, сетевое искусство (интернет-арт или нет-арт, иногда также веб-арт).

Задание. Подготовьте медиапроект, состоящий из всех элементов. Основные элементы медиапроекта: Название проекта. Подзаголовок. Девиз (афоризм). Текстовое наполнение персонального сайта. Фото на главную страницу проекта. Рисунок (логотип). Текст для главной страницы сайта. Меню всех разделов (остальных страниц). Фоновые рисунки или обои. Орнамент и элементы оформления. Содержание баннера или бегущей строки. Содержание авторской страницы сайта. Содержание фотоальбома. Содержание деловой (научной) страницы. Содержание анкет, опроса. Содержание музыкально-художественной страницы сайта. Сценарий тематического познавательного сайта. Содержание презентации к собственной лекции. Схема дистанционного гипертекстового курса по своей теме. Познавательный видеофрагмент. Схема интерактивного использования удаленных приложений. Дикторский текст звукового сопровождения. Содержание (текст) интерактивного форума. Схема использования интерактивной доски

Теоретическая часть:

Термин «проект» происходит от латинского слова *projectus*, что в переводе означает «брошенный вперед». Слово заимствовано из классического менеджмента, в котором под проектом понимается уникальный комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение конкретной цели при определенных требованиях к срокам, бюджету и характеристикам ожидаемых результатов. Как видим, понятие медиапроект толкуется очень широко. Обзор теоретических и практических материалов позволил сделать выводы об использовании медиапроектов в различных сферах профессиональной деятельности. Так, в образовательной сфере медиапроекты — это «исследовательские работы учащихся, выполненные с помощью мультимедийных технологий».

Медиапроект — это самостоятельно разработанный и изготовленный

медиапродукт от идеи до ее воплощения, обладающий субъективной или объективной новизной, выполненный под контролем преподавателя с использованием современных медиатехнологий. Медиапроект рассматривается как вид медиаискусства, т. е. искусства, произведения которого создаются и представляются с помощью современных информационно-коммуникационных (или медиа) технологий, преимущественно таких как видео, компьютерные и мультимедиа технологии, интернет. К его разновидностям относят сайт, презентация, видеоролик. Медиаискусство включает в себя несколько жанров, различающихся в зависимости от типа используемых технологий и формы представления произведений: видеоарт (в том числе виджеинг), саундарт, медиаинсталляция (иногда также медиаскульптура), медиаперформанс, медиаландшафт (или медиасреда), сетевое искусство (интернет-арт или нет-арт, иногда также веб-арт). Однако типология жанров и форм медиаискусства не ограничивается этим списком, так как это чрезвычайно гибридный в техническом и методологическом отношении вид искусства, интенсивно развивающийся вместе с эволюцией технологий. Понятие медиапроект в качестве объекта журналистики рассматривается как с точки зрения классического менеджмента, так и с точки зрения журналистики, определяющей форматы и типы медиапроектов. Если медиапроекты подготовлены непосредственно для трансляции на телевидении, то их приравнивают к телевизионным проектам. В большинстве случаев проект имеет информационно-познавательную, социальнокультурную и развлекательную направленность. Целевой группой медиапроектов социальной направленности является широкая аудитория. Их главная цель — освещение и продвижение актуальных социальных аспектов жизни и акцентирование внимания на создаваемых и трактуемых ими социальных образах.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие №8.

Тема: Идея и план медиапректа.

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и

профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1_{УК-2}; ИД-2_{УК-2}; ОПК-2; ИД-1_{ОПК-2}; ИД-2_{ОПК-2}; ИД-3_{ОПК-2}; ОПК-7; ИД-1_{ОПК-7}; ИД-2_{ОПК-7}.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов.
2. Идея или сценарный план медиапроекта.

Теоретическая часть:

Медиапроекты - это неповторимые и, как правило, однократные мероприятия (продукты). Использование новейших медиатехнологий, их креативное переосмысление - залог уникальности проекта.

Креативные технологии - особый инструмент достижения сложных целей и решения непростых задач. А также это увлекательно, продуктивно и часто весело. Существуют сотни креативных технологий различных типов ("креативный прыжок", "ассоциативные", "аналитические", "матричные" и т.д.), в основе которых - правильно организованный процесс работы мозга (или мозгов, если коллективное творчество).

Креативность (от лат. *creo* - творить, создавать) - способность творить, способность к творческим актам, которые ведут к новому необычному видению проблемы или ситуации.

Схема креативного мышления по м. Михалко: постановка монозадачи - фаза конструктивного мышления (отключение внутренних критиков) - фаза практического мышления (включение внутренних критиков, выбор наилучшего варианта).

Критерии креативности (по Торренсу):

Беглость — способность продуцировать большое количество идей;

Гибкость — способность применять разнообразные стратегии при решении проблем;

Оригинальность — способность продуцировать необычные, нестандартные идеи;

Разработанность — способность детально разрабатывать возникшие идеи.

Соппротивление замыканию — это способность не следовать стереотипам и длительное время «оставаться открытым» для разнообразной поступающей информации при решении проблем. Сознательное "расшаблонивание")

Абстрактность названия — это понимание сути проблемы того, что действительно существенно. Процесс называния отражает способность к трансформации образной информации в словесную форму.

Вариативность медиапроектов бесконечна как медиaprостранство. Каждый день появляются новые технологии, которые вполне могут быть адаптированы в библиотеке. Следить за ними, быть в курсе, уметь разбираться, объяснять их суть. Хотя бы самых прорывных).

Медиапланирование – процесс подбора каналов и способов рекламы для дальнейшего размещения их в медиаплан.

Стратегическое медиапланирование – процесс объединения всех рекламных посылов и площадок в единый механизм.

Медиаплан – результат двух перечисленных действий выше, в виде таблицы, в которой перечислена вся информация, связанная с Вашей рекламной деятельностью.

Именно на основе трёх этих понятий строится весь принцип построения медиаплана в рекламной деятельности.

Основные показатели медиапланирования:

Рекламные каналы – название конкретных площадок, где находится Ваша целевая

аудитория;

Формат – вариант размещения рекламы на выбранной рекламной площадке;

Охват (reach) – количество аудитории, которая увидит/услышит Ваше рекламное сообщение за определённый бюджет;

CPT (costperthousand) – стоимость контакта с 1000 человек;

Частота (frequency) – количество контактов Вашей рекламы с человеком на протяжении всей кампании;

Стоимость – количество денег за выбранный охват и формат рекламы;

Приоритет – отметка о потенциале канала для своей компании.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие №9.

Тема: Сценарий медиапроекта.

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2;ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2 опк-2;ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Создание сценария медиапроекта.
2. Содержание титров, речевых комментариев, бегущей строки, эффектов анимации, звукового сопровождения, шумов и музыки

Задание. При подготовке сценария презентации надо выбрать тему, подготовить по ней блок-схемы, рисунки, фотографии, пояснительные тексты, музыкальное сопровождение, видеофрагменты, элементы анимации и главную идею (сценарный план). Как правило, учебную презентацию обучающиеся делают для зрительного сопровождения

своего доклада, выступления, лекции, учебного занятия, защиты и пр. Хорошо сделать видовую презентацию в виде слайдфильма с музыкальным сопровождением. Объем 10 слайдов.

Теоретическая часть:

Для того, чтобы создать медиапроект, нужно подготовить его сценарий. Для начала нужна идея или сценарный план по каждому медиапроекту. Идея определяет общую направленность, стиль и тему проекта. Идею можно сформулировать в виде краткого сценарного плана. В идее отражается неповторимая личность автора и его оригинальное видение вопроса. Сценарий отличается от плана (идеи) тем, что он уже не требует больше ничего придумывать. По сценарию уже реально можно делать фильм. Там должен быть расписан подробно зрительный ряд и звуковой ряд (дикторский текст). А только по плану экспромтом медиапроект никак не сделать. Даже для создания документального фильма из уже снятых сюжетов все равно нужно придумать содержание титров, речевых комментариев, бегущей строки, эффектов анимации, звукового сопровождения, шумов и музыки – это уже и есть сценарий.

Поскольку сайт делается персональным, обучаемые, как правило, на сайте рассказывают о себе и о своих интересах, шаблон предлагает десяток разных страниц. При подготовке сценария сайта надо выбрать его название, подзаголовок, девиз, логотип, текстовую информацию о себе, девизы (афоризмы), текстовое наполнение главной страницы, фото на главную страницу, меню всех разделов (остальных страниц), фоновые рисунки или обои, орнамент и элементы оформления, содержание баннера или бегущей строки, адреса ссылок на любимые страницы, содержание страницы о себе, фото для фотоальбома в формате JPG, содержание деловой (научной) страницы, содержание анкет опроса, содержание музыкально-художественной страницы, страницы досуга и о Ваших интересах, Ваше резюме, содержание познавательной странички, пояснительные тексты, музыкальное сопровождение на аудиокассете или в цифровом формате WAV или MP3, короткие видеотрекеры в формате WMV, элементы анимации и пр.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации,

Практическое занятие №10

Тема: Сценарий видеоролика

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2; ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

Задание. Для подготовки сценария видеофильма нужно иметь отснятые видеоматериалы в формате AVI, WMV, MPG (не более 1-3 минут), фотографии или рисунки на бумажном или цифровом носителе в формате JPG, аудиоматериалы на аудиокассете или в цифровых форматах WAV или MP3, а также и главную идею (текстовый сценарный план) фильма. Нужно подготовить содержание титров, речевых комментариев, бегущей строки, эффектов анимации, звукового сопровождения, шумов и музыки. Снять видеофрагменты можно цифровой видеокамерой или камерой, вмонтированной в мобильный телефон или карманный компьютер (смартфон или коммуникатор). Для подготовки сценария анимации полезно подготовить оригинальной текст рекламы или афоризма (желательно что-то по теме работы, отдыха или своей научной теме). Можно предложить простенькую учебную игру. Можно сделать рекламный баннер для вашего сайта. Можно сделать мультимедиа поздравление. Главная ценность сценария анимации его краткость и оригинальность.

Теоретическая часть:

Для подготовки сценария видеофильма нужно иметь отснятые видеоматериалы в формате AVI, WMV, MPG (не более 1-3 минут), фотографии или рисунки на бумажном или цифровом носителе в формате JPG, аудиоматериалы на аудиокассете или в цифровых форматах WAV или MP3, а также и главную идею (текстовый сценарный план) фильма. Нужно подготовить содержание титров, речевых комментариев, бегущей строки, эффектов анимации, звукового сопровождения, шумов и музыки. Снять видеофрагменты можно цифровой видеокамерой или камерой, вмонтированной в мобильный телефон или карманный компьютер (смартфон или коммуникатор).

Для подготовки сценария анимации полезно подготовить оригинальной текст рекламы или афоризма (желательно что-то по теме работы, отдыха или своей научной теме). Можно предложить простенькую учебную игру. Можно сделать рекламный баннер для вашего сайта. Можно сделать мультимедиа поздравление. Можно подобрать готовых анимированных персонажей из Интернета для использования в клипе. И конечно нужна весьма оригинальная идея, сформулированная в виде плана. Главная ценность сценария анимации – его краткость и оригинальность.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет.

– Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие № 11

Тема: Сценарий электронного курса.

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2;ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2 опк-2;ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

Задание. Для подготовки сценария электронного курса для дистанционного обучения нужно подобрать несколько страниц учебного текста (желательно по Вашей теме), нужно выделить цветом ключевые слова и основные мысли, конспекты по этому тексту на нескольких уровнях анализа, контрольные вопросы по тексту страницы с вариантами ответов и рисунки-иллюстрации к тексту. Идея должна отражать метод обучения и контроля знаний. Можно предусмотреть учебные интерактивные игры, элементы интенсификации и пр. Выбрать тему презентации, подготовить по ней блок-схемы, рисунки, фотографии, пояснительные тексты, музыкальное сопровождение, видеофрагменты, элементы анимации и главную идею. Как правило, учебную презентацию обучающиеся делают для зрительного сопровождения своего доклада, выступления, лекции, учебного занятия, защиты и пр.

Теоретическая часть:

Для подготовки сценария электронной книги в виде лазерного диска или сетевого курса нужно подобрать несколько страниц учебного текста (желательно по Вашей теме преподавания или работы), нужно выделить цветом ключевые слова и основные мысли, конспекты по этому тексту на нескольких уровнях анализа, контрольные вопросы по тексту страницы с вариантами ответов и рисунки-иллюстрации к тексту. Идея должна отражать метод обучения и контроля знаний. Можно предусмотреть учебные интерактивные игры, элементы интенсификации и пр. При недоработанном сценарии часто оказывается, что весь уже выполненный монтаж приходится заново переделывать. Так что остается один путь - делать нормальный сценарий, потом его обсудить с преподавателями, а потом уже практически делать на компьютере медиапроект по каждому из его разделов.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие №12.

Тема: Создание учебной презентации (MS PowerPoint)

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2;ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2 опк-2;ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2 опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Разработка сценария по текстовым слайдам (MS Word).
2. Включение разных типов слайдов (многоабзачные тексты (списки), таблицы, диаграммы, организационные диаграммы, изображения из MS ClipArtGallery).

Теоретическая часть:

При подготовке сценария презентации надо выбрать тему, подготовить по ней блок-схемы, рисунки, фотографии, пояснительные тексты, музыкальное сопровождение, видеофрагменты, элементы анимации и главную идею (сценарный план). Как правило, учебную презентацию обучающиеся делают для зрительного сопровождения своего доклада, выступления, лекции, учебного занятия, защиты и пр. Хорошо сделать видовую презентацию в виде слайдфильма с музыкальным сопровождением. Не увлекайтесь объемом – постарайтесь все уместить в десяток слайдов.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие № 13

Тема: Создание учебной презентации (MS PowerPoint)

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2; ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2опк-2; ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Установка единого стиля оформления (подложки).
2. Расстановка временных интервалов смены слайдов.

Теоретическая часть:

При подготовке сценария презентации надо выбрать тему, подготовить по ней блок-схемы, рисунки, фотографии, пояснительные тексты, музыкальное сопровождение, видеофрагменты, элементы анимации и главную идею (сценарный план). Как правило, учебную презентацию обучающиеся делают для зрительного сопровождения своего доклада, выступления, лекции, учебного занятия, защиты и пр. Хорошо сделать видовую презентацию в виде слайдфильма с музыкальным сопровождением. Не увлекайтесь объемом – постарайтесь все уместить в десяток слайдов.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРА, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

Практическое занятие №14.

Тема: Создание учебной презентации (MS PowerPoint)

Цель: способствовать формированию общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Формируемые компетенции: УК-2; ИД-1ук-2; ИД-2ук-2; ОПК-2; ИД-1опк-2; ИД-2опк-2; ИД-3опк-2, ОПК-7; ИД-1опк-7; ИД-2опк-7.

Актуальность темы: изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете

Вопросы и задания:

1. Расстановка анимационных эффектов смены слайдов.
2. Вставка гиперссылок и кнопок (элементов управления).
3. Расстановка анимационных эффектов внутри слайдов (1-2 слайда).
4. Вставка аудиосопровождения (фоновая музыка, речь), синхронизированного с временной диаграммой презентации.

Теоретическая часть:

При подготовке сценария презентации надо выбрать тему, подготовить по ней блок-схемы, рисунки, фотографии, пояснительные тексты, музыкальное сопровождение, видеофрагменты, элементы анимации и главную идею (сценарный план). Как правило, учебную презентацию обучающиеся делают для зрительного сопровождения своего доклада, выступления, лекции, учебного занятия, защиты и пр. Хорошо сделать видовую презентацию в виде слайдфильма с музыкальным сопровождением. Не увлекайтесь объемом – постарайтесь все уместить в десяток слайдов.

Список литературы:

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. :

ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный

3. Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. – Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

4. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Методические указания для обучающихся по организации и проведению
самостоятельной работы по дисциплине**

«Управление проектами в профессиональной деятельности»

для студентов направления подготовки
44.04.01 Педагогическое образование
направленность (профиль)
«Технологии креативных индустрий в сфере образования»

Ставрополь
2026

1. Введение

Методические указания к практическим занятиям студентов по дисциплине «**Управление проектами в профессиональной деятельности**» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 44.04.01 Педагогическое образование.

Цель курса – формирование представлений о феноменологии, закономерностях и механизмах социальной и психической регуляции поведения людей при их включении в различные типы организационно-управленческой деятельности и отношений, о социально-психологических характеристиках субъектов, объектов управления и взаимодействия между ними, а также системы теоретических знаний и практических навыков для обеспечения эффективности управленческого взаимодействия в трудовой профессиональной деятельности.

Основные задачи курса:

- изучение проектов;
- изучение возможностей продвижения медиапроектов в интернете;
- сформировать представление о деятельности руководителя проекта и основных психологических проблемах, возникающих в процессе реализации;

Для овладения знаниями предусмотрены такие виды работы, как: чтение текста, составление плана текста, конспектирование текста, учебно-исследовательская работа, использование ресурсов сети Интернет.

Для закрепления и систематизации знаний рекомендуется работа с конспектом лекции, повторная работа над учебным материалом основной и дополнительной литературы, составление плана и тезисов ответа, ответы на контрольные вопросы и аналитическая обработка текста, составление презентаций.

Для формирования умений выполнение различного вида работы, предусмотренной рабочей программой дисциплины.

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «**Управление проектами в профессиональной деятельности**» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

ИД-1 УК-2

Определяет принципы формирования концепции проекта в рамках обозначенной проблемы; владеет основными требованиями, предъявляемые к проектной работе и критерии оценки результатов проектной деятельности.

ИД-2 УК-2

Осуществляет разработку концепции проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения

ИД-3 УК-2

Реализовывает навыки составления плана-графика реализации проекта в целом и плана-контроля его выполнения; навыки конструктивного преодоления возникающих разногласий и конфликтов.

Способность проектировать основные и дополнительные образовательные программы и разрабатывать научно-методическое обеспечение их реализации **ОПК-2**

ИД-1 ОПК 2. Определяет основные принципы, методы и технологии проектирования основных и дополнительных образовательных программ и

индивидуальных образовательных маршрутов обучающихся.

ИД-2 ОПК 2. Проектирует основные и дополнительные образовательные программы с учетом планируемых образовательных результатов; отбирает и структурирует содержание основных и дополнительных образовательных программ

ИД-3 ОПК 2. Разрабатывает научно-методическое обеспечение реализации основных и дополнительных образовательных программ и проектов

Способность планировать и организовывать взаимодействия участников образовательных отношений **ОПК-7**

ИД-1 ОПК-7

Наблюдает и оценивает эффективность деятельности специалиста, правильность выполнения процедур и методов в соответствии с принятыми стандартами, регламентами и организационными требованиями, применяет на практике методы повышения эффективности командного взаимодействия, развивает и поддерживает обмен профессиональным и знаниями.

ИД-2 ОПК-7

Планирует и организует взаимодействие участников образовательных отношений с учетом основных закономерностей возрастного развития, в том числе с применением современных информационно-коммуникационных технологий

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «**Управление проектами в профессиональной деятельности**» – научить студента осмысленно работать с:

- 1) учебным материалом по дисциплине;
- 2) научной информацией, актуальными исследованиями в области массовой коммуникации;
- 3) эмпирическими данными, получаемыми в ходе экспериментальных исследований;
- 4) методологическими подходами современных исследований;
- 5) конкретными методами и методиками.

Задача - сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой составления презентаций при получении теоретических знаний.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает к научному и исследовательскому творчеству, поиску и анализу требуемого материала.

3. План-график выполнения самостоятельной работы

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	Очная форма			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа, часов

1.	1.Современный рынок медиапроектов: структура, тенденции, перспективы.	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.	1,5	1,5	-	3,5
2.	Тема 2: Управление коммерческими проектами в интернете.	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.	1,5	1,5	-	3,5
3.	Тема 3: Управление коммерческими проектами в интернете: креативный подход	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.	-	1,5	-	3,5
4.	Тема 4: Интернет-редакция как главное действующее лицо в управлении медиапроектами в сети.	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.	1,5	1,5	-	3,5

5.	Тема 5: Организация работы в управлении медиапроектами в интернете	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.	1,5	1,5	-	3,5
6.	Тема 6: Медиапроект как вид медиаискусства.	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.	1,5	1,5	-	3,5
7.	Тема 7: Идея и план проекта	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.	-	1,5	-	3
8.	Тема 8: Сценарий проекта.	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.	-	1,5	-	3,5

9.	Тема 9: Функциональная эффективность медиапроекта. Научный подход к проектному творчеству.	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.	1,5	1,5	-	3,5
10.	Тема 10: Условия успешной работы творческой группы.	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.		1,5		3,5
11.	Тема 11. Структура и кадровый состав интернет-редакции. Организация работы в управлении проектами в интернете.	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.		1,5		3,5
12.	Тема 12: Организация работы в управлении проектами в интернете.	УК-2; ИД-1 ук-2 ИД-2 ук-2; ОПК-2; ИД-1 опк-2; ИД-2 опк-2; ИД-3 опк-2, ОПК-7; ИД-1 опк-7; ИД-2 опк-7.		1,5		3,5

13.	Тема 13: Организация работы в управлении проектами в интернете.	УК-2; ИД-1 _{УК-2} ИД-2 _{УК-2} ; ОПК-2; ИД-1 _{ОПК-2} ; ИД-2 _{ОПК-2} ; ИД-3 _{ОПК-2} ; ОПК-7; ИД-1 _{ОПК-7} ; ИД-2 _{ОПК-7} .		1,5		3,5
14.	Тема 14: Механизмы и инструменты реализации проектов в профессиональной деятельности	УК-2; ИД-1 _{УК-2} ИД-2 _{УК-2} ; ОПК-2; ИД-1 _{ОПК-2} ; ИД-2 _{ОПК-2} ; ИД-3 _{ОПК-2} ; ОПК-7; ИД-1 _{ОПК-7} ; ИД-2 _{ОПК-7} .		1,5		
	ИТОГО за 3 семестр		10,5	21	-	49,5
	ИТОГО		10,5	21	-	49,5

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента: конспектирование текста с последующим собеседованием и выполнение письменного задания.

4. Критерии оценки самостоятельной работы обучающегося

Контроль самостоятельной работы проводится преподавателем в аудитории. Предусмотрены следующие виды контроля: собеседование, оценка презентации. Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

5. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, полученного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация. При изучении нового материала также составляется конспект. Сжато излагается самое существенное в данном материале.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию методических указаний и учебных пособий, подбору необходимой научной литературы.

Конспектирование и реферирование первоисточника и научно-исследовательской литературы.

Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Реферирование — это сложный творческий процесс, в основе которого лежит умение выделить главную информацию из текста первоисточника. Реферирование – процесс аналитически-синтетической обработки информации, которая заключается в анализе первичного документа, нахождении значимых в смысловом отношении данных (основных положений, фактов, доведите день, результатов, выводов) Реферирование имеет целью сократить физический объём первичного документа при сохранении его основного смыслового содержания, используется в научной, издательской, информационной и библиографической деятельности.

6. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным занятиям, подготовка к собеседованию, работа с литературными источниками и вопросами для самопроверки, подготовка к экзамену.

Формы самостоятельной работы: - письменная (конспектирование), письменно-устная (написание конспектов с последующим выступлением на семинаре); устная (работа с литературой, подготовка к сдаче экзамена); - индивидуальная (выступление), групповая (дискуссия). Методы контроля самостоятельной работы преподавателем: - оценка выступления, грамотное и последовательное раскрытие основных вопросов заданной темы; - оценка презентации, учитывающая умение выразить личную позицию автора по поставленной проблеме, излагать ее последовательно и логично, формулировать и обосновывать собственные суждения. Надлежащее выполнение студентами заданий для самостоятельной работы способствует формированию и развитию профессионально значимых знаний, навыков и компетенций

Вопросы к собеседованию приведены в Фонде оценочных средств рабочей программы дисциплины

7. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций

Основная литература

1. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

2. Левушкина, С.В. Управление проектами : учебное пособие / С.В. Левушкина ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 204 с. : ил. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>

Дополнительная литература

1. Коноваленко, В. А., Коноваленко, М. Ю., Швед, Н. Г. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 384 с.

2. Рыбалова, Е.А. Управление проектами / Е.А. Рыбалова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет

Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения.
– Томск : Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. – 206 с. ; То же
[Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480900>.

3. Управление проектами / П.С. Зеленский, Т.С. Зимнякова, Г.И. Поподько и др. ; отв. ред. Г.И. Поподько ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 132 с. ; То же
[Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497741>