

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Шапорова З.Е.

"25" "03" АПК 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"26" "03" 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование)

Профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 4

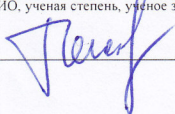
Семестр 7

Форма обучения очная

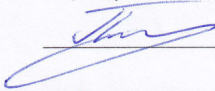
Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составители: Чепелева Кристина Викторовна, к.э.н., доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 03 2019 г.

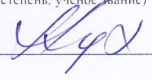
Рецензент: * Петриков А.А., начальник отдела продаж ООО «Авангард»
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 03 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01
Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриат), профиль Реклама
и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 619 «22» 03
2019 г.

Зав. кафедрой

Луркин В.Ф., д.э.н., доц.
(ФИО, ученая степень, ученое звание)
 «22» 03 2019 г.

* - В качестве рецензентов могут выступать работодатели, вузы по профилю. НИИ, а также внутренние структуры.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Юношески
управления АПК протокол № 7 «15» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии
Белова ЛА (ФИО, ученая степень, ученое звание) «15» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Мужская Л. П. 9741 1/09
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «18» 03 2019 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
1. ТРЕБОВАНИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ	5
1.1. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ТРЕБОВАНИЯ	5
1.2. Место дисциплины в учебном процессе	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ.	6
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины	9
4.2 СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	11
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	12
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДОВ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	14
4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....	14
4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы.....	15
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	18
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	18
6.1 КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	18
6.2 ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»).....	18
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	21
ЗАДАНИЯ ПО ВСЕМ ВИДАМ ТЕКУЩЕЙ РАБОТЫ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, А ТАКЖЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРИВЕДЕНЫ В ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ».	21
ОБУЧАЮЩИЙСЯ, НЕ СДАВШИЙ ЭКЗАМЕН, ПРИХОДИТ НА ПЕРЕСДАЧУ В СРОКИ В СООТВЕТСТВИИ С ГРАФИКОМ ЛИКВИДАЦИИ АКАДЕМИЧЕСКИХ ЗАДОЛЖЕННОСТЕЙ: HTTP://WWW.KGAU.RU/NEW/NEWS/NEWS/2017/GRAFIK_LZ.PDF.....	21
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	21
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	22
9.1 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	22
9.2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	22
ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД.....	24
Изменения	24

Аннотация

Дисциплина Б1.В.11 «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» является дисциплиной обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Логистики и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции (ПК-1).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со спецификой проектов, особенностей управления ими, механизмов их разработки и реализации в сфере рекламы и связей с общественностью.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические, самостоятельная работа, консультации).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в различных формах (коллоквиум, тематическая конференция, расчетные задания) и промежуточный контроль в форме экзамена, курсовой проект.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (24 часа), практические занятия (36 часов) и 84 часов самостоятельной работы студента, в том числе 20 часов в интерактивной форме.

1. Требования к дисциплине

1.1. Внешние и внутренние требования

Дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» включена в ОПОП, в профессиональный цикл дисциплин обязательной части (код Б1.В.11).

Реализация в дисциплине «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» должна формировать профессиональную компетенцию (ПК-1).

1.2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина Б1.В.11 «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» посвящена изучению специфики проектов, особенностей управления ими, механизму их разработки и реализации в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.

Процесс обучения включает в себя курс лекций и практических занятий. Студентам необходимо совершенствовать полученные на лекциях знания по-

средством самостоятельной работы и изучения дополнительной литературы, которая указана в программе.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Компетенции, формируемые в результате освоения.

Цель изучения дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» – получение студентами знаний и навыков, необходимых для решения теоретических и практических вопросов управления проектами в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами АПК, в конкретных экономических условиях с учетом существующего отечественного и зарубежного опыта.

Задачи изучения дисциплины:

- дать обучающимся глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки в области управления проектами в сфере рекламы и связей с общественностью;
- сформировать у них чувство ответственности за обоснованность принимаемых управленческих решений;
- изучение основных принципов разработки концепции и целей проекта, а также современных программных средств и информационных технологий, используемых в управлении проектами в сфере рекламы и связей с общественностью;
- формирование практических навыков в управлении проектами и использовании пакетов прикладных программ для управления проектами в сфере рекламы и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные виды и элементы проектов,
- важнейшие принципы, функции и методы управления проектом;
- порядок разработки проектов,
- принципы построения организационных структур управления проектами,
- источники, формы и принципы организации проектного финансирования,
- специфику реализации проектов,
- особенности завершения проекта,
- специфику проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также АПК;

Уметь:

- рассчитывать показатели эффективности различных вариантов проекта и выбрать оптимальный вариант,

- планировать затраты на производство и реализацию продукции, рассчитывать финансовые потоки по проекту,
- управлять работами по проекту,
- управлять ресурсами проекта,
- определять цели, предметную область и структуру проекта,
- составлять организационно-технологическую модель проекта,
- рассчитывать календарный план осуществления проекта,
- формировать основные разделы сводного плана проекта,
- осуществлять контроль и регулирование хода выполнения проекта по его основным параметрам,
- использовать программные средства для решения основных задач управления проектом,
- разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку,
- управлять рисками по проекту.

Владеть:

- навыками решения теоретических и практических вопросов управления проектами в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами АПК, в конкретных экономических условиях.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК – 1	способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.	Знать: основные виды и элементы проектов, важнейшие принципы, функции и методы управления проектом, порядок разработки проектов, принципы построения организационных структур управления проектами, источники, формы и принципы организации проектного финансирования, специфику реализации проектов, особенности завершения проекта, специфику проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также АПК.
		Уметь: рассчитывать показатели эффективности различных вариантов проекта и выбрать оптимальный вариант, планировать затраты на производство и реализацию продукции, рассчитывать финансовые потоки по проекту, управлять работами по проекту, управлять ресурсами проекта, определять цели, предметную область и структуру проекта, составлять организационно-технологическую модель проекта, рассчитывать календарный план осуществления проекта, формировать основные разделы сводного плана проекта, осуществлять контроль и регулирование хода выполнения проекта по его основным параметрам, использовать программные

		средства для решения основных задач управления проектом, разрабатывать инвестиционные проекты и проводить их оценку, управлять рисками по проекту. Владеть: навыками решения теоретических и практических вопросов управления проектами в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами АПК, в конкретных экономических условиях.
--	--	---

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 кредит. ед. (180 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость			
	зач. ед.	час.	По семестрам	
			№ 7	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	5,0	180	180	
Контактная работа	1,7	54	60	
в том числе:				
Лекции (Л)/ в том числе в интерактивной форме			24/8	
Практические занятия (ПЗ) /в том числе в интерактивной форме			36/12	
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР))/ в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	2,3	90	84	
в том числе:				
курсовой проект			20	
самостоятельное изучение тем и разделов			24	
самоподготовка к текущему контролю знаний			40	
Подготовка и сдача экзамена	1,0	36	36	
Вид контроля:			Экзамен	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная ра- бота (СРС)
		Л	ПЗ	
Модуль 1. Теоретические основы управ- ления проектами	48	8	12	28
1.1 Основные понятия управления проектами	12	2	3	7
1.2 Цели и структура проекта	12	2	3	7
1.3 Окружающая среда и участники проекта	12	2	3	7
1.4 Пакеты прикладных программ для управ- ления проектами	12	2	3	7
Модуль 2. Основы методологии управле- ния проектами в АПК	48	8	12	28
2.1 Концепция проекта	12	2	3	7
2.2 Сетевое моделирование проекта	12	2	3	7
2.3 Управление стоимостью и продолжи- тельностью проекта	12	2	3	7
2.4 Оценка эффективности проектов	12	2	3	7
Модуль 3. Проектная деятельность в ре- кламе и связях с общественностью	48	8	12	28
3.1 Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью.	12	2	3	7
3.2 Коммерческие, социальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественно- стью.	12	2	3	7
3.3 Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом.	12	2	3	7
3.4 Методы оценки эффективности реклам- ной и PR – кампаний.	12	2	3	7
Экзамен	36			
ИТОГО:	180	24	36	60

4.2 Содержание модулей дисциплины

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	
1.	Модуль 1. Теоретические основы управления проектами 1.1 Основные понятия управления проектами 1.2 Цели и структура проекта 1.3 Окружающая среда и участники проекта 1.4 Пакеты прикладных программ для управления проектами	48 12 12 12 12	8 2 2 2 2	12 3 3 3 3	28 7 7 7 7	тестирование; коллоквиум; практикующие упражнения; тематическая конференция.
2.	Модуль 2. Основы методологии управления проектами в АПК 2.1 Концепция проекта 2.2 Сетевое моделирование проекта 2.3 Управление стоимостью и продолжительностью проекта 2.4 Оценка эффективности проектов	48 12 12 12 12	8 2 2 2 2	12 3 3 3 3	28 7 7 7 7	тестирование; коллоквиум; расчетные задания.

3.	Модуль 3. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью	48	8	12	28	тематическая конференция, коллоквиум, расчетные задания
	3.1 Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью.	12	2	3	7	
	3.2 Коммерческие, социальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественностью.	12	2	3	7	
	3.3 Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом.	12	2	3	7	
	3.4 Методы оценки эффективности рекламной и PR – кампаний.	12	2	3	7	
	Экзамен	36			36	
7.	ВСЕГО:	180	24	36	60	экзамен

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Теоретические основы управления проектами		экзамен	8
	1.1 Основные понятия управления проектами	Лекция № 1. Основные понятия управления проектами		2
	1.2 Цели и структура проекта	Лекция № 2. Цели и структура проекта		2
	1.3 Окружающая среда и участники проекта	Лекция № 3. Окружающая среда и участники проекта		2
	1.4 Пакеты прикладных программ для управления проектами	Лекция № 4. Пакеты прикладных программ для управления проектами		2
2.	Модуль 2. Основы методологии управления проектами		экзамен	8

¹ Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

№ п/п	№ модуля и модуль- ной единицы дисци- плины	№ и тема лекции	Вид ¹ кон- трольного ме- роприятия	Кол-во часов
	в АПК			
	2.1 Концепция про- екта	Лекция № 5. Концепция проекта		2
	2.2 Сетевое моделирование проекта	Лекция № 6. Сетевое моделирова- ние проекта		2
	2.3 Управление сто- имостью и продол- жительностью про- екта	Лекция № 7. Управление стоимо- стью и продолжительностью про- екта		2
	2.4 Оценка эффек- тивности проектов	Лекция № 8. Оценка эффективно- сти проектов		2
3.	Модуль 3. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью		экзамен	8
	3.1 Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью.	Лекция № 9. Специфика проектов в рекламе и связях с обществен- ностью.		2
	3.2 Коммерческие, социальные и куль- турные проекты в рекламе и связях с общественностью.	Лекция № 10. Коммерческие, со- циальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественно- стью.		2
	3.3 Рекламный ме- неджмент как креа- тивное управление рекламным процес- сом.	Лекция № 11. Рекламный ме- неджмент как креативное управ- ление рекламным процессом.		2
	3.4 Методы оценки эффективности ре- кламной и PR – кам- паний.	Лекция № 12. Методы оценки эф- фективности рекламной и PR – кампаний.		
	ИТОГО:			24

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Теоретические основы управления проектами		тематическая конференция	12

² Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/ практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
	1.1 Основные понятия управления проектами	Занятие № 1. Основные понятия управления проектами	тематическая конференция, коллоквиум	3
	1.2 Цели и структура проекта	Занятие № 2. Цели и структура проекта	практикующие упражнения	3
	1.3 Окружающая среда и участники проекта	Занятие № 3. Окружающая среда и участники проекта	практикующие упражнения	3
	1.4 Пакеты приклад- ных программ для управления проекта- ми	Занятие № 4. Пакеты прикладных программ для управления	коллоквиум	3
2.	Модуль 2. Основы методологии управления проектами в АПК		тематическая конференция	12
	2.1 Концепция про- екта	Занятие № 5. Концепция проекта	коллоквиум, расчетное задание	3
	2.2 Сетевое моделирование проекта	Занятие № 6. Сетевое моделирова- ние проекта	расчетное задание	3
	2.3 Управление сто- имостью и продол- жительностью про- екта	Занятие № 7. Управление стоимо- стью и продолжительностью про- екта	коллоквиум	3
	2.4 Оценка эффек- тивности проектов	Занятие № 8. Оценка эффективно- сти проектов	решение расчетных заданий	3
3.	Модуль 3. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью		тематическая конференция	12
	3.1 Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью.	Занятие № 9. Специфика проектов в рекламе и связях с обществен- ностью.	коллоквиум	3
	3.2 Коммерческие, социальные и куль- турные проекты в рекламе и связях с общественностью.	Занятие № 10. Коммерческие, со- циальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественно- стью.	коллоквиум	3
	3.3 Рекламный ме- неджмент как креа- тивное управление рекламным процес- сом.	Занятие № 11. Рекламный ме- неджмент как креативное управ- ление рекламным процессом.	расчетное за- дание	3
	3.4 Методы оценки эффективности ре-	Занятие № 12. Методы оценки эффективности рекламной и PR –	расчетное за- дание	3

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
	кламной и PR – кампаний.	кампаний.		
	ИТОГО:			36

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины.

Применяются следующие формы организации самостоятельной работы:

- организация и использование электронного курса дисциплины, размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.
- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- самотестирование по контрольным вопросам (тестам).

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Теоретические основы управления проектами		28
	1.1 Основные понятия управления проектами	Основные понятия управления проектами	5
	1.2 Цели и структура проекта	Цели и структура проекта	5
	1.3 Окружающая среда и участники проекта	Окружающая среда и участники проекта	5
	1.4 Пакеты прикладных программ для управления проектами	Пакеты прикладных программ для управления проектами	5
	Самоподготовка к коллоквиуму		2
	Самоподготовка к тематической конференции		2
	Самоподготовка к практикующим упражнениям		4
2.	Модуль 2. Основы методологии управления проектами в АПК		28
	2.1 Концепция проекта	Концепция проекта	4

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
	2.2 Сетевое моделирование проекта	Сетевое моделирование проекта	4
	2.3 Управление стоимостью и продолжительностью проекта	Управление стоимостью и продолжительностью проекта	4
	2.4 Оценка эффективности проектов	Оценка эффективности проектов	4
	Самоподготовка к коллоквиуму		4
	Самоподготовка к тематической конференции		2
	Самоподготовка к расчетным заданиям		6
3	Модуль 3. Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью		28
	3.1 Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью.	Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью.	1
	3.2 Коммерческие, социальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественностью.	Коммерческие, социальные и культурные проекты в рекламе и связях с общественностью.	1
	3.3 Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом.	Рекламный менеджмент как креативное управление рекламным процессом.	1
	3.4 Методы оценки эффективности рекламной и PR – кампаний.	Методы оценки эффективности рекламной и PR – кампаний.	1
	Самоподготовка к коллоквиуму		4
	Самоподготовка к тематической конференции		2
	Самоподготовка к расчетному заданию		4
	Курсовой проект		14
Итого СРС			84
Подготовка и сдача экзамена			36
Итого, включая экзамен			120

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

Выбор темы курсового проекта осуществляется студентом по его желанию из предлагаемого перечня тем. Представленные темы курсовых работ включают в себя достаточно большой перечень проблем для исследования.

Темы курсовых проектов (работ)

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
1.	Использование выставок в процессе проведения PR – кампаний.	1,2,3,4,5
2.	Особенности организации и реализации кампаний по связям с общественностью в коммерческой деятельности.	1,3,5,7,8
3.	Особенности организации и реализации кампаний по связям с общественностью в политической сфере.	9,10
4.	Проведение социологических опросов и маркетинговых исследований при оценке эффективности кампаний по связям с общественностью.	1,2,3,6,8,9
5.	Планирование и проведение презентаций в процессе реализации плана PR – кампаний. Определение и изучение целевой аудитории в условиях подготовки и проведения PR-кампаний.	3,6,9,10
6.	Проектирование программ специальных PR-мероприятий.	1,2,6,9
7.	Организация и проведение пресс-конференций, семинаров, пресс-ланчей в рамках PR- кампаний.	2,4,5,8,9
8.	Использование электронных средств коммуникации в процесс подготовки и проведения кампаний.	1,3,8,10
9.	Проведение фестивалей как специальных мероприятий в процессе проведения организации PR – кампаний.	3,4,8,9
10.	Стратегическое взаимодействие со средствами массовых коммуникаций в рамках PR – кампаний.	1,3,5,7
11.	Формирование информационного пространства в рамках проведения PR- кампаний.	1,6,9,10
12.	Использование возможностей телевидения в проведении PR-кампаний. 14. Специфика планирования, организации и проведения массовых мероприятий в рамках PR-кампаний.	1,2,3,4,5,6
13.	Роль митингов и публичных дебатов в организации и проведении кампаний.	1,2,3,5,6,9
14.	Использование сувенирной продукции в процессе проведения PR-кампаний.	2,4,6,8,9
15.	Формирование положительного профессионального имиджа руководителя в ходе проведения PR- кампаний.	1,3,5,6,7,8
16.	Использование ярмарок процессе проведения PR – кампаний	2,4,5,6
17.	Особенности организации и реализации кампаний по связям с общественностью в социальной сфере.	1,2,3,4,5,8,9

18.	Специфика планирования, организации и проведения спортивных мероприятий в рамках PR-кампаний.	2,4,6,8,9,10
19.	Использование возможностей вирусного видео для проведения PR- кампаний.	1,3,6,9
20.	Продвижение PR- проектов телекоммуникационных компаний в социальных сетях.	2,5,8
21.	Проектирование программы PR кампании в автомобильной промышленности.	7,8,9,10
22.	Продвижение специализированных магазинов с помощью средств связей с общественностью.	1,2,3,7,8,9
23.	Организация и проведение танцевального флеш-моба в рамках PR кампании.	3,4,5,6
24.	Проектирование программ PR кампаний средствами связей с общественностью в пищевой промышленности	7,8,9

Защита курсового проекта осуществляется согласно календарному графику самостоятельной работы студента.

Главными **критериями оценки** являются:

- направленность работы (преимущественно теоретическая или практическая). Проведение студентом самостоятельных исследований и расчетов повышает ее оценку;

- логика, аргументированность и степень самостоятельности в изложении материала. Работы, содержащие прямые заимствования без ссылок на источники, к защите не допускаются. Студент в этом случае получает неудовлетворительную оценку;

- количество и качество использованных источников, статистических и первичных материалов. При написании курсового проекта должно быть использовано не менее *десяти* различных источников;

- качество оформления. Работы, небрежно или неверно оформленные, оцениваются низкими баллами и даже могут быть не допущены к защите.

Курсовые проекты оцениваются по 5-балльной системе: 5 – «отлично», 4 – «хорошо», 3 – «удовлетворительно», 2 – «неудовлетворительно».

Студент, получивший неудовлетворительную оценку, в течение месяца должен написать новую работу или переработать старую. Студент, не представивший к защите работу в установленные сроки, не допускается к экзаменам по курсу.

Окончательная оценка курсового проекта производится после ее защиты и с учетом ее итогов. Защиту принимает руководитель работы, а в необходимых случаях и другие преподаватели кафедры.

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Вид контроля
ПК – 1	М1, М2	М2	М2, М3	Курсовой проект, экзамен

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно-поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

6.3. Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ	Электр	Библ	Каф		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М. : «КноРус»	2016	+		+			5
	Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М. : Вузовский учебник	2009	+		+			15
	Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М. : «Финпресс»	2003	+		+			14
	Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянц	М. : Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М. : Маркетинг, М. :Юрайт	2019		+				http://bibliotekaonline.ru/bcode/433656
	Маркетинг	М.Н. Григорьев	М. :Юрайт	2012	+		+			12
Дополнительная										

Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М. : ФАИР-ПРЕСС	2001	+		+		3
Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+			https://bibliotekaonline.ru/bcode/413802
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+			https://bibliotekaonline.ru/bcode/415427
Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+			https://urait.ru/bcode/413192
Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+			https://urait.ru/bcode/425190
Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+			https://bibliotekaonline.ru/bcode/425906
Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+			https://bibliotekaonline.ru/bcode/425844
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+			https://bibliotekaonline.ru/bcode/425868
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017		+			https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки




7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» производится в дискретные временные интервалы в следующем виде: (коллоквиум, тематическая конференция, расчетные задания).

Промежуточный контроль – экзамен.

Экзамен сдается в устно-письменной форме. Студент отвечает на два вопроса.

Критерии оценивания экзамена.

Во время проведения экзамена, студентам задается два вопроса из предложенного перечня. За каждый из вопросов студенту может быть выставлено до 20 баллов. Баллы, полученные по результатам экзамена, суммируются к баллам, полученным по результатам текущего обучения студента.

Критерии оценивания экзамена

Освоено материала	Шкала оценивания
60-72 %	10 баллов
73-86 %	15 баллов
87-100 %	20 баллов

Таблица

Рейтинг план дисциплины

Модуль	Баллы по видам работ							ИТОГО
	тест	тематическая конференция	коллоквиум	практикующее упражнение	расчетное задание	курсовой проект	экзамен	
M ₁	4	5	2	3				24
M ₂	4	5	4	-	10			33
M ₃	4	5	4	-	10			23
Экзамен							20	20
ИТОГО:	12	15	10	3	20	20	20	100

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью».

Обучающийся, не сдавший экзамен, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей:
http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс 2-17 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 4-26 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локаль-

ная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора Intel Core i3 в комплектации с монитором Samsung и др. внешними периферийными устройствами, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium Professional, переносной проектор Epson EB-X8 2500 со встроенными динамиками.

Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Программа для обработки растровой графики Photoshop Extended (Лицензия от №9093867 18.08.2011).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

9.1 Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной потоочно-групповой системы обучения. При потоочно –групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность изучения отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2 Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - 2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенных шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработал:

Чепелева К.В.

к.э.н., доцент

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу
дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с
общественностью»
для направления подготовки
43.03.02 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» для направления подготовки 43.03.02 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

В программе определены цели и задачи учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым должны обладать студенты по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе основной целью курса освоение принципов, методов и современных технологий эффективного управления. Программа отвечает современным требованиям к обучению и практическому овладению прикладными методами управления и отражает современные тенденции в обучении и воспитании личности.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся, содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования качественной подготовки учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть студент, показано распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавр по направлению 43.03.02 «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» и может быть рекомендована для высших учебных заведений.

Рецензент:

Начальник отдела продаж
ООО «Авангард»



Петриков А.А.