

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна  
Должность: Директор института экономики и управления АПК  
Дата подписания: 17.07.2023 13:32:03  
Уникальный программный ключ:  
1e90b132d9b04dce675851608015d4dd0260e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –  
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»  
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт экономики и управления АПК  
Кафедра связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института экономики  
и управления АПК

*Л.И. Хоружий* Л.И. Хоружий  
2022 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.О.04.01 Управление коммуникационными проектами

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Курс 1

Семестр 2


Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2022

Москва, 2022

Разработчик (и): Евграфова Л.В., к.э.н., доцент


(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
«28» августа 2022 г.

Рецензент: А.Б. Оришев

д.и.н., зав. кафедрой истории

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
«28» августа 2022 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «08» июня 2017 г. №512 и зарегистрированного в Минюсте РФ «29» июня 2017 г. №47220 и учебного плана.

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма протокол № 1 от «28» 08 2022 г.


Зав. кафедрой Е.В. Гнездилова, к.ф.л., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)


  
«28» августа 2022 г.

**Согласовано:**

Председатель учебно-методической  
комиссии института экономики и управления АПК  
к.э.н., доцент Т.Н. Гупалова

  
№ «29» августа 2022 г.

Заведующий выпускающей кафедрой связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма  
к.ф.л., доцент Е.В. Гнездилова

  
«28» 08 2022 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ

  
(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	4
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>4</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ .....</b>	<b>4</b>
<b>3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....</b>	<b>5</b>
<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>5</b>
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ .....	5
ПО СЕМЕСТРАМ.....	5
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
4.3 ЛЕКЦИИ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ .....	8
<b>5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....</b>	<b>10</b>
<b>6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>10</b>
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	10
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ .....	14
<b>7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>16</b>
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА .....	16
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	16
7.3 <b>Нормативные правовые акты.....</b>	<b>16</b>
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ .....	16
<b>8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>19</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ).....</b>	<b>19</b>
<b>10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>20</b>
<b>11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>20</b>
ВИДЫ И ФОРМЫ ОТРАБОТКИ ПРОПУЩЕННЫХ ЗАНЯТИЙ.....	21
<b>12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....</b>	<b>22</b>

## АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.04.01 «Управление коммуникационными проектами» для подготовки магистра по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности Стратегические коммуникации в условиях цифровизации**

**Цель освоения дисциплины:** формирование у студентов технологических навыков создания и реализации коммуникативных проектов, развитие креативных способностей и умений творчески применять коммуникативные средства и методы, самостоятельно решать аналитические и практические задачи.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью **Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2.1; УК-2.2; УК-5.1; УК-5.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2

**Краткое содержание дисциплины:** методология проектирования коммуникационных проектов, в т.ч. работа с трендами, определение проблематики и механизма решения проблемы, прогнозирование результатов, определение критериев эффективности реализации проекта; тактическое планирование коммуникационных проектов, в т.ч. механизмы вовлечения в коммуникацию целевых аудиторий, партнерские программы как прием расширения коммуникативных возможностей, онлайн и оффлайн форматы коммуникационного взаимодействия; управленческие технологии проектной деятельности, в т.ч. формирование и организация работы команды проекта, планирование и оптимизация бюджета контроль реализации видов работ и отчетность, работа с рисками, мониторинг эффективности реализации проектной деятельности для выработки стратегических решений.

**Общая трудоемкость дисциплины:** 108 часов/3 зач. ед.

**Промежуточный контроль:** экзамен

### 1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Управление коммуникационными проектами» является формирование у студентов технологических навыков создания и реализации коммуникативных проектов, развитие креативных способностей и умений творчески применять коммуникативные средства и методы, самостоятельно решать аналитические и практические задачи.

Задачи:

- формирование знаний, умений и навыков выявления актуальной проблематики реализации коммуникационных проектов в сфере бизнеса и государственном секторе;
- формирование знаний об алгоритме и методике создания и управления коммуникационным проектом;
- формирование знаний, умений и навыков создания и ведения самостоятельной проектной деятельности с учетом прогнозирования его результативности.

### 2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Управление коммуникационными проектами» включена в обязательный перечень дисциплин учебного плана базовой части.

Дисциплина «Управление коммуникационными проектами» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению

#### 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Управление коммуникационными проектами» являются «Теория и методология современной коммуникативистики», «Разработка и продвижение контента», «Кросс-культурные коммуникации в агробизнесе».

Дисциплина «Управление коммуникационными проектами» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Разработка и реализация коммуникационной стратегии», «Новые тенденции и технологии в РиСО», «Оценка эффективности в РиСО».

Особенностью дисциплины является демонстрация управленческого подхода, включая стратегические решения, применение технологий и инструментария реализации коммуникационных проектов.

Рабочая программа дисциплины «Управление коммуникационными проектами» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

### **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

### **4. Структура и содержание дисциплины**

#### **4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 1

## Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла Владеет навыками управления информационно-коммуникационными проектами	УК-2.1 Владеет навыками управления рекламными и пиар-проектами	Приемы и способы управления рекламными и пиар-проектами их жизненного цикла	Принимать управленческие решения в ходе ведения рекламными и пиар-проектами на всех этапах их жизненного цикла	Навыками управления рекламными и пиар-проектами
			УК-2.2 Владеет навыками управления информационно-коммуникационными проектами	Приемы и способы управления информационно-коммуникационными проектами на всех этапах их жизненного цикла	Принимать управленческие решения в ходе ведения информационно-коммуникационных проектов на всех этапах их жизненного цикла	Навыками управления информационно-коммуникационными проектами
2.	УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Способен учитывать межкультурное разнообразие в профессиональной деятельности на внутреннем рынке	Основы межкультурного разнообразия в профессиональной деятельности на внутреннем рынке	Принимать управленческие решения с учетом межкультурного разнообразия в профессиональной деятельности на внутреннем рынке	Навыками управления с учетом межкультурного разнообразия в профессиональной деятельности на внутреннем рынке
			УК-5.2 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе международного бизнес-взаимодействия	Основы анализа разнообразия культур в процессе международного бизнес-взаимодействия	Анализировать разнообразие культур в процессе международного бизнес-взаимодействия	Навыками анализа разнообразия культур в процессе международного бизнес-взаимодействия

3.	ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	Технологии прогнозирования и принципы социальной ответственности для медийных проектов	Оценивать и прогнозировать результаты и эффекты ведения медийных проектов, следуя принципам социальной ответственности	Навыками применения принципов социальной ответственности в ходе реализации медийных проектов
			ОПК-7.2 Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	Знает основы прогнозирования и принципы социальной ответственности для коммуникационных проектов	Оценивать и прогнозировать результаты и эффекты ведения коммуникационных проектов, следуя принципам социальной ответственности	Навыками профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений.

## ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2а

### Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	В т.ч. по семестрам
		№ 2
<b>Общая трудоёмкость</b> дисциплины по учебному плану	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>1. Контактная работа:</b>	<b>31,4</b>	<b>31,4</b>
Аудиторная работа		
<i>в том числе:</i>		
лекции (Л)	6	6
практические занятия (ПЗ)	20	20
Курсовой проект (КП) (консультация, защита)	2	2
консультации перед экзаменом	2	2
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,4	0,4
<b>2. Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>52</b>	<b>52</b>
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)	36	36
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)	16	16
Подготовка к экзамену (контроль)	24,6	24,6
Вид промежуточного контроля:		экзамен

## 4.2 Содержание дисциплины

### ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3а

### Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 1 «Методология проектирования коммуникационных проектов»	42	2	4		36
Раздел 2 «Технологии и инструментарий реализации коммуникационных проектов»	66	4	16	5,4	40,6
<b>Всего за 2 семестр</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	<b>5,4</b>	<b>76,6</b>
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	<b>5,4</b>	<b>76,6</b>

### Раздел 1 «Методология проектирования коммуникационных проектов»

#### Тема 1. Стратегическое планирование коммуникационных проектов

Выявление и аналитический обзор актуальной информации: нормативно-правовая база, предшествующий опыт, мониторинг СМИ и других открытых источников. Работа с трендами. Формирование проблематики коммуникационного проекта и выявление ее коммуникативного потенциала. Изучение специфики и информационных запросов целевых аудиторий. Формулирование цели и задач и прогнозирование результатов. Формирование основной идеи проекта и механизма решения проблемы, разработка ключевых



сообщений. Определение направлений реализации проекта. Определение критериев эффективности реализации проекта.

## **Раздел 2. «Технологии и инструментарий реализации коммуникационных проектов»**

### **Тема 2. Тактическое планирование коммуникационных проектов.**

Механизмы вовлечения в коммуникацию целевых аудиторий. Преимущества и недостатки видов и форматов коммуникации применительно к специфике целевой аудитории. Онлайн и оффлайн форматы коммуникационного взаимодействия. Проектная работа и реализация видов работ как два типа выстраивания коммуникаций с целевыми аудиториями. Партнерские программы как прием расширения коммуникативных возможностей. Использование имеющихся ресурсов и коммуникационной структуры общества для решения коммуникационных задач.

### **Тема 3. Управленческие технологии проектной деятельности.**

Формирование и организация работы команды проекта, распределение обязанностей и постановка задач. Планирование и оптимизация бюджета. Техническое задание как главный инструмент реализации видов работ. Контроль реализации видов работ. Ведение отчетности. Распознавание рисков, превентивные меры и работа по их устранению. Мониторинг эффективности реализации проектной деятельности для выработки стратегических решений.

## **4.3**

## **Лекции/практические занятия**

### **ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ**

Таблица 4а

#### **Содержание лекций/практических занятий и контрольные мероприятия**

<b>№ п/п</b>	<b>Название раздела, темы</b>	<b>№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий</b>	<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Вид контрольного мероприятия</b>	<b>Кол-во часов</b>
1.	<b>Раздел 1. «Методология проектирования коммуникационных проектов»</b>				
	Тема 1. Стратегическое планирование коммуникационных проектов	Лекция № 1 Работа с трендами и выявление ее коммуникативного потенциала	УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 1 Формирование основной идеи проекта и механизма решения проблемы, разработка ключевых сообщений.	УК-2.1; УК-2.2;	Устный опрос	2

		Практическое занятие № 2 Определение направлений реализации проекта.	ОПК-7.1: ОПК-7.2	Решение кейса	2
2.	<b>Раздел 2. «Технологии и инструментарий реализации коммуникационных проектов»</b>				
	Тема 2. Тактическое планирование коммуникационных проектов	Лекция № 2 Механизмы вовлечения в коммуникацию целевых аудиторий	УК-5.1; УК-5.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 3 Подбор видов и форматов коммуникации применительно к специфике целевой аудитории.	УК-5.1; УК-5.2	Решение кейса	2
		Практическое занятие № 4 Проектная работа и реализация видов работ как два типа выстраивания коммуникаций с целевыми аудиториями.	ОПК-7.1: ОПК-7.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие № 5 Партнерские программы как прием расширения коммуникативных возможностей.	УК-2.1: УК-2.2; ОПК-7.1: ОПК-7.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие № 6 Использование имеющихся ресурсов и коммуникационной структуры общества для решения коммуникационных задач.	УК-2.1: УК-2.2; ОПК-7.1: ОПК-7.2	Решение кейса	2
		Тема 3. Управленческие технологии проектной деятельности	Лекция № 3 Приемы и технологии управления коммуникационными проектами	УК-2.1: УК-2.2;	Лекция-диалог
	Практическое занятие № 7 Организация работы команды проекта.		УК-2.1: УК-2.2	Решение кейса	2

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
		Практическое занятие № 8 Техническое задание как главный инструмент реализации видов работ.	УК-5.1; УК-5.2	Групповое задание	2
		Практическое занятие № 9 Контроль реализации видов работ.	УК-2.1: УК-2.2; ОПК-7.1: ОПК-7.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие № 10 Распознавание рисков и работа по их устранению.	УК-2.1: УК-2.2; ОПК-7.1: ОПК-7.2	Устный опрос	2

## ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 5а

### Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
<b>Раздел 1. «Методология проектирования коммуникационных проектов»</b>		
1.	Тема 1. Стратегическое планирование коммуникационных проектов	Выявление и аналитический обзор актуальной информации: нормативно-правовая база, предшествующий опыт, мониторинг СМИ и других открытых источников. Изучение специфики и информационных запросов целевых аудиторий. Формулирование цели и задач и прогнозирование результатов. Определение критериев эффективности реализации проекта. УК-2: УК-2.2; ОПК-7.1: ОПК-7.2
<b>Раздел 2. «Технологии и инструментарий реализации коммуникационных проектов»</b>		
2.	Тема 2. Тактическое планирование коммуникационных проектов	Преимущества и недостатки видов и форматов коммуникации применительно к специфике целевой аудитории. Онлайн и офлайн форматы коммуникационного взаимодействия. УК-2: УК-2.2; УК-5.1: УК-5.2; ОПК-7.1: ОПК-7.2
3.	Тема 3. Управленческие технологии проектной деятельности	Планирование и оптимизация бюджета. Ведение отчетности. Мониторинг эффективности реализации проектной деятельности для выработки стратегических решений. УК-2: УК-2.2; УК-5.1: УК-5.2; ОПК-7.1: ОПК-7.2

## 5. Образовательные технологии

Таблица 6

### Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
1.	Тема 1. Стратегическое планирование коммуникационных проектов	ПЗ Решение кейса
2.	Тема 2. Тактическое планирование коммуникационных проектов	ПЗ Решение кейса
3.	Тема 2. Тактическое планирование коммуникационных проектов	ПЗ Решение кейса
4.	Тема 3. Управленческие технологии про	ПЗ Решение кейса

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)	
	ектной деятельности		
5.	Тема 3. Управленческие технологии проектной деятельности	ПЗ	Групповое задание

## 6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

### 6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

1) Типовые вопросы для устного опроса.

Практическое занятие № 1. Формирование основной идеи проекта и механизма решения проблемы, разработка ключевых сообщений.

1. Способы выявления проблематики коммуникационного проекта
2. Подходы к выявлению ключевой идеи проекта.
3. Способы выявления ключевых сообщений проекта.
4. Определение показателей эффективности реализации кампаний.
5. Подходы к выявлению коммуникативного механизма решения проблемы.

Практическое занятие № 4. Проектная работа и реализация видов работ как два типа выстраивания коммуникаций с целевыми аудиториями.

1. Понятие и специфика проектной работы.
2. Технологии выстраивания коммуникаций в рамках проекта.
3. Основные составляющие коммуникационного проекта.
4. Отличие реализации проекта от реализации видов работ.

Практическое занятие № 5. Партнерские программы как прием расширения коммуникативных возможностей.

1. Технологии и приемы работы с партнерами.
2. Возможности реализации партнерских программ.
3. Партнерский пакет как инструмент сотрудничества.
4. Статусы партнеров, их полномочия и обязательства.

Практическое занятие № 9. Контроль реализации видов работ.

1. Способы администрирования проектной деятельности.
2. Количественные показатели результативности реализации видов работ.
3. Качественные показатели результативности реализации видов работ.
4. Способы оптимизации реализации видов работ.
5. Способы мониторинга реализации видов работ.

Практическое занятие № 10. Распознавание рисков и работа по их устранению.

1. Способы выявления рисков.
2. Технологии выявления причин риска.
3. Прогнозирование развития рисковосодержащих сценариев.
4. Оценка степени серьезности риска.
5. Подходы к выработке мер по устранению рисков.

2) Типовые групповые задания.

Практическое занятие № 8. Техническое задание как главный инструмент реализации видов работ.

Подготовьте техническое задание для каждого из 3-х видов работ: организация пресс-тура, обеспечение выхода 50 публикаций в разных видах российских СМИ, ведение аккаунта в социальной сети.

3) Типовые решения кейсов.

Практическое занятие № 2. Определение направлений реализации проекта.

Предложите направления реализации проекта с целью продвижения молочной фермерской продукции совхоза на потребительский рынок.

Практическое занятие № 3. Подбор видов и форматов коммуникации применительно к специфике целевой аудитории.

Предложите форматы коммуникации с целевой аудиторией, являющейся потребителем услуг дома отдыха в сельской местности. Помимо сервиса размещения, дом отдыха предлагает оздоровительные прогулки и развлекательную программу для клиентов.

Практическое занятие № 6. Использование имеющихся ресурсов и коммуникационной структуры общества для решения коммуникационных задач.

Предложите варианты задействования существующих инициатив и сложившейся социальной инфраструктуры для продвижения фитнес-клуба как части пропаганды здорового образа жизни.

Практическое занятие № 7. Организация работы команды проекта.

Предложите меры и условия организации работы команды проекта из 10 человек, включая организацию рабочего помещения, обеспечение материально-технической части работы, организацию взаимодействия и информационного обмена в рамках коммуникационного проекта.

4) Примерная тематика курсовых работ

1. Анализ информационного поля как стар работ по стратегическому планированию коммуникационной кампании.
2. Ключевые принципы реализации коммуникационных проектов.
3. Планирование и этапы реализации коммуникационного проекта.
4. Коммуникационный проект как феномен целенаправленного взаимодействия с целевыми аудиториями.
5. Управление материально-техническими и кадровыми ресурсами в ходе реализации коммуникационного проекта.

6. Способы вовлечения в коммуникацию целевых аудиторий в рамках проекта.
  7. Технологии организации коммуникационного влияния в рамках проекта.
  8. Роль экспертного сообщества в реализации коммуникационных проектов.
  9. Партнерская программа как механизм усиления коммуникационного воздействия.
  10. Подходы к развитию содержания коммуникационного проекта.
  11. Технологии администрирования проектной деятельности.
  12. Подходы к формированию команды проекта.
  13. Способы определения ключевых информационных площадок и каналов коммуникаций.
  14. Креатив как способ и формат реализации коммуникационных проектов.
  15. Роль информационных партнеров в вовлечении в коммуникацию целевых аудиторий.
  16. Выбор технологий коммуникации применительно к специфике целевых аудиторий.
- 5) Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (экзамен)
1. Роль стартовых исследований при планировании коммуникационных проектов.
  2. Подходы к изучению специфики целевых аудиторий для определения форматов взаимодействия в рамках коммуникационного проекта.
  3. Прием прогнозирования при формировании коммуникационного проекта.
  4. Подходы к определению результативности реализации коммуникационных проектов.
  5. Способы задействования существующего потенциала трендов и инициатив в рамках реализации коммуникационных проектов.
  6. Использование возможностей общественной инфраструктуры и ресурсов профессионального сообщества для реализации коммуникационных проектов.
  7. Принципы определения проблематики и ключевой идеи коммуникационного проекта.
  8. Критерии эффективности выбора механизмов взаимодействия с целевыми аудиториями.
  9. Виды форматов коммуникационного взаимодействия с целевыми аудиториями.
  10. Критерии эффективности выбора каналов коммуникаций с целевыми аудиториями.
  11. Целесообразность организации специальных коммуникационных площадок для целевых аудиторий.
  12. Технологии формирования позитивного информационного поля в рамках реализации коммуникационных проектов.
  13. Способы взаимодействия с экспертным сообществом в рамках реализации коммуникационных проектов.
  14. Роль экспертного сообщества в позиционировании и продвижении товаров или услуг в рамках коммуникационных проектов.

15. Форматы участия в коммуникационной работе представителей экспертного сообщества.
16. Статусы, обязательства и полномочия информационных партнеров в ходе реализации коммуникационных проектов.
17. Партнерский пакет, выработка и оформление взаимных обязательств партнеров в рамках реализации коммуникационных проектов.
18. Подходы к определению видов работ в составе коммуникационного проекта.
19. Техническое задание как главный инструмент реализации видов работ.
20. Онлайн форматы коммуникационного взаимодействия.
21. Оффлайн форматы коммуникационного взаимодействия.
22. Материально-техническое обеспечение работы команды проекта.
23. Способы постановки задач применительно к различным видам работ.
24. Распределение нагрузки в рамках реализации коммуникационных проектов.
25. Разработка технического задания применительно к виду работ.
26. Формирование технического задания на основе постановки задач и планирования результатов.
27. Мониторинг эффективности реализации проектной деятельности.
28. Способы распознавания рисковосодержащих факторов.
29. Приемы и технологии усиления коммуникативного влияния.
30. Способы ведения отчетности реализации коммуникационных проектов.

## **6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания**

### **Критерии оценивания результатов обучения**

Таблица 8

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценивания</b>
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку <b>«отлично»</b> заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – высокий.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку <b>«хорошо»</b> заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – хороший (средний).
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку <b>«удовлетворительно»</b> заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный.



Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы.
---	---

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 7.1 Основная литература

1. Организация инвестиционной деятельности в АПК : учебник / В. И. Нечаев, И. С. Санду, Г. М. Демишкевич [и др.] ; под редакцией В. И. Нечаева. — Санкт-Петербург : Лань, 2018. — 488 с. — ISBN 978-5-8114-3004-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/107296>
2. Романова, Н. Р. Актуальные проблемы массовых коммуникаций : учебное пособие / Н. Р. Романова. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 120 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154534>
3. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

### 7.2 Дополнительная литература

1. Смеюха, В. В. Интегрированные коммуникации: теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / В. В. Смеюха. — Ростов-на-Дону : РГУПС, 2016. — 123 с. — ISBN 978-5-88814-471-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/129326>
2. Сергеева, З. Н. Основы интегрированных коммуникаций : учебное пособие / З. Н. Сергеева. — Новосибирск : НГТУ, 2016. — 91 с. — ISBN 978-5-7782-2879-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/118508>
3. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657>

### 7.3

### Нормативные правовые акты

*Не предусмотрено*

### 7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Теоретические занятия проводятся в формате лекции-диалога. Лекция-диалог предполагает вовлечение в коммуникацию учащихся, и в этом случае средствами активизации выступают отдельные вопросы к аудитории, организация дискуссии, создание условий для возникновения альтернатив. Преимущества данного формата лекции в том, что она привлекает внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определяет содержание, методы и темп изложения учебного материала с учетом особенностей аудитории.

Практические занятия проводятся в формате устного опроса, группового

задания, решения кейса.

Устный опрос позволяет не только опрашивать и контролировать знания учащихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять изученный материал. Преимуществом данной формы контроля является то, что она позволяет поддерживать контакт с учащимися, развивает устную речь и навыки выступления перед аудиторией, заставляет работать в быстром темпе.

Групповое задание способствует продуктивному взаимодействию учащихся, развитию способности видеть и оценивать позицию другого, формировать собственную точку зрения и уметь ее отстаивать. Преимущество группового задания в том, что оно направлено не только на развитие интеллекта, но и на развитие необходимых умений и навыков межличностного взаимодействия, творческих способностей.

Решение кейса включает разбор конкретной ситуации, в т.ч. ее анализ и нахождение конкретного решения. Данный вид практических занятий позволяет применить теоретические знания к решению практических задачи и дает более широкое представление об изучаемых технологиях и процессах, обеспечивает более эффективное усвоение материала за счет высокой эмоциональной вовлеченности и активного участия учащихся.

Методические материалы к используемым в образовательном процессе техническим средствам и информационно-коммуникационным технологиям: презентации с информацией из открытых источников по темам занятий.

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/> (открытый доступ).
2. Информационный портал Sostav <https://www.sostav.ru/> (открытый доступ).
3. Информационный портал «PR-Life» <https://pr-life.ru/> (открытый доступ).

#### **9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Не предусмотрено.

#### **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Таблица 10

#### **Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
---	---

1	2
6 корпус, 248 аудитория	1. Доска школьная 1-эл 170x100 магнитно-меловая ин. № 598946 2. Стол аудиторный ин. № 558588, 18 шт. 3. Стол ученический ин. № 558591, 36 шт. 4. Стол для преподавателя ин. № 558592/2, 1 шт. 5. Стул ИЗО ин. № 558590, 1 шт.
6 корпус, 249 аудитория	1. Доска школьная 1-эл 170x100 магнитно-меловая ин. № 598947 2. Стул лекционный ИСЦ с откидным столиком и пюпитром, 24 шт. 3. Стул ISO хром (т.-серый), 1 шт. 4. Стол переговорный 220x120x76+2 сектора+4 опоры ин. № 598951, 1 шт. 5. Стол письменный ин. № 554542, 1 шт.
6 корпус, 250 аудитория	1. Парты 18 шт. 2. Стулья 24 шт. 3. Скамейки 10 шт. 4. Доска маркерная 1 шт. 5. Системный блок 1 шт. (ин. № 55877/26) 6. Монитор 1 шт. (ин. № 55877/26) 7. Мультимедийный проектор 1 шт. (ин. № 558359/1) 8. Доска белая 1 шт. (ин. № 558762/2)
Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова (читальные залы библиотеки)	9 читальных залов (5 компьютеризированных), организованных по принципу открытого доступа и оснащенных WiFi, Интернет-доступом
Общежитие № 9	Комната для самоподготовки

## 11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Учебный процесс по изучению дисциплины представляет собой лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов. На лекционных занятиях рассматривается материал по основным разделам дисциплины.

На практических занятиях бакалавры выполняют практические задания, разбирая на конкретных примерах эффективность практического применения коммуникационных технологий, приемов, методов и инструментов.

Учебным планом предусмотрена внеаудиторная работа студентов, которая заключается в изучении тем, вынесенных на самостоятельное изучение. Применительно к читаемому лекционному курсу, самостоятельная аудиторная работа заключается в повторении и более глубоком изучении освещаемых на лекциях проблем и вопросов в первую очередь по конспектам, составленным студентом в ходе занятий. Основными способами подготовки студентов являются: работа с учебниками, учебными пособиями, справочниками, электронными источниками, кейсами, изучение и конспектирование научных монографий, статей, а также статей из периодических изданий по специальности.

Наибольшую сложность вызывают технологии и инструментарий реализации коммуникационных проектов. В этом случае теоретические положения максимально дополняются выполнением практических заданий, в основе которых лежит реальный практический опыт коммуникационной деятельности.

При самостоятельном изучении разделов и тем учебной дисциплины важно правильно организовать работу: перед выполнением практических заданий следует сначала проработать лекционный материал, затем изучить матери-

ал учебника и учебного пособия, после этого ознакомиться с методическими рекомендациями по темам курса и только затем приступить к выполнению письменных или устных практических заданий.

### **Виды и формы отработки пропущенных занятий**

Студент, пропустивший занятия, обязан предоставить конспект материалов по теме пропущенных занятий и ответить по нему на вопросы.

## **12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине**

В процессе преподавания данной дисциплины представляется необходимым системно раскрыть содержание каждого раздела, помочь овладеть учебным материалом, привить навыки и умения по изучаемой дисциплине.

Специфика дисциплины в изучении управленческих технологий проектной деятельности, стратегическом и тактическом планировании коммуникационных проектов.

В рамках данного курса целесообразно использовать различные образовательные технологии в активной и интерактивной формах, а также обучение на основе конкретных кейсов.

Проведение практических занятий целесообразно организовать в форме традиционного комбинированного урока, в форме семинара, беседы, дискуссии в зависимости от дидактических целей.

Для самостоятельной работы бакалавров предусмотрены и вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов целесообразно предложить бакалаврам в начале семестра, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки.

При всем разнообразии методов и организационных форм обучения преподаватель должен использовать различные формы контроля знаний, которые позволяют оценить методы преподавания, увидеть их сильные и слабые стороны, выбрать оптимальные варианты обучающей деятельности.

**Программу разработали:**

*Л. В. Еверадлова*  
к. э. н. доцент  
д. э. н. доцент

## РЕЦЕНЗИЯ

### на рабочую программу дисциплины «Управление коммуникационными проектами» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации» (квалификация выпускника – магистр)

Оришевым Александром Борисовичем, доктором исторических наук, доцентом, зав. кафедрой истории (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Управление коммуникационными проектами» ОПОП ВО по направлению «Реклама и связи с общественностью», направленность «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации» (квалификация выпускника – магистр), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчик – Евграфова Людмила Владимировна, доцент, кандидат экономических наук).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Управление коммуникационными проектами» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к базовой части учебного цикла, формируемой участниками образовательных отношений учебного цикла – Б1.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Управление коммуникационными проектами» закреплено 6 **компетенций**. Дисциплина «Управление коммуникационными проектами» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

5. **Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

6. Общая трудоёмкость дисциплины «Управление коммуникационными проектами» составляет 3 зачётных единицы 108 часов).

7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Управление коммуникационными проектами» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

8. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

9. Программа дисциплины «Управление коммуникационными проектами» проведение занятий в интерактивной форме

10. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

11. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (устный опрос, групповое задание, решение кейса), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

12. Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме экзамена, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины базовой части формируемой участниками образовательных отношений учебного цикла – Б1. ФГОС ВО учебного цикла направления 42.04.01 «Реклама и связи с



общественностью».

13. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 3 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 4 наименования, Интернет ресурсы – 3 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

14. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Управление коммуникационными проектами» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

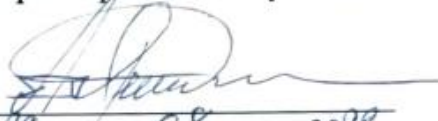
15. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Управление коммуникационными проектами».

### ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Управление коммуникационными проектами» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации» (квалификация выпускника – магистр), разработанная Евграфовой Л.В., доцентом, кандидатом экономических наук, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Оришев А.Б., д.и.н., доцент, зав. кафедрой истории

(подпись)

  
« 28 » / 08 2022 г.