

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Хоружий Людмила Ивановна

Должность: Директор института экономики и управления АПК

Дата подписания: 15.07.2023 17:44:13

Уникальный программный ключ:

1e90b132d9b04dce67585160b015ddd2cb1e6a9

**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

2022 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### **Б1.О.05.14 Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью**

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: «Реклама и связи с общественностью в отраслях экономики»

Курс 4

Семестр 7

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2022

Москва, 2022

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

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
«24» 08 2022 г.

Рецензент: А.Б. Оришев

д.и.н., зав. кафедрой истории

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
«28» 08 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» 08 2022 г.

**Согласовано:**

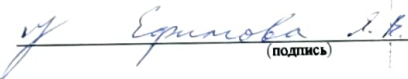
Председатель учебно-методической  
комиссии института экономики и управления АПК  
к.э.н., доцент Т.Н. Гупалова

  
№ «29» 08 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

  
Егорова Л.В.  
(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>АННОТАЦИЯ .....</b>	<b>4</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>4</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ .....</b>	<b>5</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>8</b>
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ .....	8
ПО СЕМЕСТРАМ .....	8
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.3 ЛЕКЦИИ, ПРАКТИЧЕСКИЕ/ ЗАНЯТИЯ .....	11
<b>6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>14</b>
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	14
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	14
<b>7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>169</b>
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	19
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	20
7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ .....	20
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ .....	20
<b>8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....</b>	<b>20</b>
<b>10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....</b>	<b>21</b>
<b>11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ..</b>	<b>22</b>
Виды и формы отработки пропущенных занятий.....	22
<b>12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....</b>	<b>23</b>

## АННОТАЦИЯ

**рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.05.14 «Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью» для подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности Реклама и связи с общественностью в отраслях экономики**

**Цель освоения дисциплины:** изучение технологических процедур при создании и реализации проектов в рекламе и связях с общественностью в части планирования, организации и реализации проектной деятельности, формирование креативных способностей, навыков и умений применения полученных знаний на практике.

**Место дисциплины в учебном плане:** дисциплина включена в базовую часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Требования к результатам освоения дисциплины:** в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2.1; УК-2.2

**Краткое содержание дисциплины:** особенности и аспекты управления проектами в рекламе и связях с общественностью, в т.ч. понятие, специфика и значимость проекта в рекламе и связях с общественностью применительно к различным отраслям экономики и социальной сферы, формирование концепции и аспекты управления проектом в рекламе и связях с общественностью; механизмы управления реализацией проекта в рекламе и связях с общественностью, в т.ч. управление организационной частью проекта, управление деятельностью команды проекта, управление ресурсной частью реализации проекта, осуществление контроля реализации проекта в рекламе и связях с общественностью.

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

**Промежуточный контроль:** экзамен.

### 1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью» является изучение технологических процедур при создании и реализации проектов в рекламе и связях с общественностью в части планирования, организации и реализации проектной деятельности, формирование креативных способностей, навыков и умений применения полученных знаний на практике/

Задачи освоения дисциплины:

- освоение алгоритма и методики создания проектов в рекламе и связях с общественностью;
- освоение мониторинга проектной деятельности с целью оперативной корректировки коммуникационного проекта и прогнозированию последствий его реализации.

### 2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью» включена в обязательный перечень дисциплин учебного плана базовой части. Дисциплина «Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью» являются «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью».

Дисциплина «Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Технологии управления общественным мнением», «Основы репутационного менеджмента», «Брендинг территорий».

Особенностью дисциплины является формирование системных представлений о ведении проектной деятельности, демонстрация управленческих технологий и решений по реализации проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью.

Рабочая программа дисциплины «Основы управление проектами в рекламе и связях с общественностью» 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 определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Определяет проблемное поле и формулирует задачи проектной деятельности в соответствии с действующим законодательством	УК-2.1	Действующие нормы, подходы и технологии работы с текущим информационным полем проектной деятельности в соответствии с действующим законодательством	Анализировать информационные потоки и действующее законодательство для выявления проблемного поля и формулирования задач проектной деятельности в соответствии с действующим законодательством	Принципами стратегического планирования в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
2.	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Выбирает оптимальные способы решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2	Подходы и приемы составления и обзора перечня возможных решений с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Выявлять оптимальные способы решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений	Навыками принятия управленческих решений поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений

## ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2а

### Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	В т.ч. по семестрам № 7
<b>Общая трудоёмкость</b> дисциплины по учебному плану	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>1. Контактная работа:</b>	<b>50,4</b>	<b>50,4</b>
<b>Аудиторная работа</b>		
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	16	16
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	32	32
<i>консультации перед экзаменом</i>	2	2
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,4	0,4
<b>2. Самостоятельная работа (СРС)</b>	<b>33</b>	<b>33</b>
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)</i>	33	33
<i>Подготовка к экзамену (контроль)</i>	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 «Особенности и аспекты управления проектами в рекламе и связях с общественностью»	44	8	16		20
Раздел 2 «Механизмы управления реализацией проекта в рекламе и связях с общественностью»	64	8	16	2,4	37,6
<b>Всего за 7 семестр</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>2,4</b>	<b>57,6</b>
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>2,4</b>	<b>57,6</b>

### Раздел 1 «Особенности и аспекты управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

#### Тема 1. Понятие и специфика проекта в рекламе и связях с общественностью

Понятие «проект» и проект как вид деятельности. Концепция проекта применительно к достижению поставленных целей. Медийная составляющая проекта. Организационная составляющая проекта. Участники проектной деятельности. Жизненный цикл проекта.

#### Тема 2. Значимость проекта в рекламе и связях с общественностью применительно к различным отраслям экономики и социальной сферы

Место рекламы и связей с общественностью в отрасли и жизни социума. Влияние коммуникативных технологий на формирование массового сознания. Постановка задач коммуникационного взаимодействия и проектирование достижения результатов. Проект как способ решения поставленных задач. Виды проектов.

### **Тема 3. Формирования концепции проекта в рекламе и связях с общественностью.**

Определение целесообразности проекта. Определение целевых аудиторий проекта. Определение проблематики проекта. Целеполагание и постановка задач реализации проекта применительно к целевым аудиториям. Разработка содержания и формата реализации проекта, определение его географии и продолжительности реализации, идентификация технологий и средств осуществления проекта.

### **Тема 4. Аспекты управления проектом в рекламе и связях с общественностью.**

Цели управления проектом. Взаимосвязь между планированием и реализацией проекта. Ключевые аспекты управления проектом. Реализация управленческого функционала в организационной части, кадровой части, ресурсной части проектной деятельности. Осуществление контроля реализации проекта.

## **Раздел 2. «Механизмы управления реализацией проекта в рекламе и связях с общественностью»**

### **Тема 5. Управление организационной частью проекта в рекламе и связях с общественностью**

Планирование видов и объема работ в составе проекта. Составление технического задания на каждый вид работ. Составление плана-графика реализации проекта. Определение организационных согласований реализации проекта. Разработка отчетности реализации проекта по видам работ. Обеспечение соответствующих организационных условий для выполнения видов работ.

### **Тема 6. Управление деятельностью команды проекта в рекламе и связях с общественностью**

Определение состава команды проекта. Распределение обязанностей и установление внутренней координации работы членов команды. Разработка схемы регулирования эффективности работы команды. Обеспечение соответствующих условий для консолидации команды проекта.

### **Тема 7. Управление ресурсной частью реализации проекта в рекламе и связях с общественностью**

Выявление ресурсов и ограничений в рамках реализации проекта. Мобилизация и распределение ресурсов для обеспечения работы команды и в составе видов работ. Планирование бюджета реализации проекта. Регламент и регулирование расходов в рамках реализации проекта. Способы оптимизации расходов.

### **Тема 8. Осуществления контроля реализации проекта в рекламе и связях с общественностью**

Критерии эффективности реализации проекта в рекламе и связях с общественностью. Определение рисковосодержащих факторов и превентивных мер



устранения рисков. Контроль результативности реализации проекта. Ведение отчетности реализации проекта.

### 4.3

### Лекции/лабораторные/практические/ занятия

#### ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 4а

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

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	<b>Раздел 1. «Особенности и аспекты управления проектами в рекламе и связях с общественностью»</b>				
	Тема 1. Понятие и специфика проекта в рекламе и связях с общественностью	Лекция № 1 Проект как вид коммуникационной деятельности	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 1 Примеры коммуникационных проектов	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие № 2 Примеры коммуникационных проектов	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Устный опрос	2
	Тема 2. Значимость проекта в рекламе и связях с общественностью применительно к различным отраслям экономики и социальной сферы	Лекция № 2 Проектная деятельность как способ решения задач отрасли или жизни социума	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 3 Постановка задач коммуникационного взаимодействия и проектирование достижения результатов.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Устный опрос	2
		Практическое занятие № 4 Проект как способ решения поставленных задач.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Устный опрос	2
	Тема 3. Формирования концепции проекта в рекламе и связях с общественностью	Лекция № 3 Подходы к формированию концептуальной части проекта в рекламе и связях с общественностью	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 5 Разработка содержания и формата реализации проекта	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Групповое задание	2
		Практическое занятие № 6 Определение технологий и средств осуществления проекта.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Групповое задание	2
	Тема 4. Аспекты управления проектом в рекламе и	Лекция № 4 Ключевые аспекты управления проектом.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 7 Управление кадрами и ре-	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Устный опрос	2

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	связях с общественностью	курсами реализации и проекта			
		Практическое занятие № 8 Обеспечение контроля реализации проекта.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Устный опрос	2
2.	<b>Раздел 2. «Механизмы управления реализацией проекта в рекламе и связях с общественностью»</b>				
	Тема 5. Управление организационной частью проекта в рекламе и связях с общественностью	Лекция № 5 Организационные составляющие реализации проекта	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 9 Составление технического задания на каждый вид работ.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Решение кейса	2
		Практическое занятие № 10 Обеспечение соответствующих организационных условий для выполнения видов работ.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Решение кейса	2
	Тема 6. Управление деятельностью команды проекта в рекламе и связях с общественностью	Лекция № 6 Командный подход как ключевой принцип реализации проектной деятельности	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 11 Разработка схемы регулирования эффективности работы команды.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Решение кейса	2
		Практическое занятие № 12 Обеспечение соответствующих условий для консолидации команды проекта.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Решение кейса	2
	Тема 7. Управление ресурсной частью реализации проекта в рекламе и связях с общественностью	Лекция № 7 Планирование прямых и организационных расходов в рамках проектной деятельности.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 13 Способы оптимизации расходов.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Решение кейса	2
		Практическое занятие № 14 Регламент и регулирование расходов в рамках реализации проекта.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Решение кейса	2
	Тема 8. Осуществления контроля реализации проекта в рек-	Лекция № 8 Критерии эффективности реализации проекта в рекламе и связях с общественностью.	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	Лекция-диалог	2
		Практическое занятие № 15	УК-2: УК-2.1;	Устный опрос	2

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	ламе и связях с ответственностью	Определение рисковосодержащих факторов и превентивных мер устранения рисков.	УК-2.2		
		Практическое занятие № 16 Контроль результативности реализации проекта	УК-2: УК-2.1; УК-2.2	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. «Особенности и аспекты управления проектами в рекламе и связях с общественностью»</b>		
1.	Тема 1. Понятие и специфика проекта в рекламе и связях с общественностью	Медийная составляющая проекта. Организационная составляющая проекта. Участники проектной деятельности. УК-2: УК-2.1; УК-2.2
2.	Тема 2. Значимость проекта в рекламе и связях с общественностью применительно к различным отраслям экономики и социальной сферы	Место рекламы и связей с общественностью в отрасли и жизни социума. Влияние коммуникативных технологий на формирование массового сознания. УК-2: УК-2.1; УК-2.2
3.	Тема 3. Формирования концепции проекта в рекламе и связях с общественностью	Определение целевых аудиторий проекта. Определение проблематики проекта, его географии и продолжительности реализации. УК-2: УК-2.1; УК-2.2
4.	Тема 4. Аспекты управления проектом в рекламе и связях с общественностью	Взаимосвязь между планированием и реализацией проекта. Подходы к организации проектной деятельности. УК-2: УК-2.1; УК-2.2
<b>Раздел 2. «Механизмы управления реализацией проекта в рекламе и связях с общественностью»</b>		
5.	Тема 5. Управление организационной частью проекта в рекламе и связях с общественностью	Составление плана-графика реализации проекта. Определение организационных согласований реализации проекта. Разработка отчетности реализации проекта по видам работ. УК-2: УК-2.1; УК-2.2
6.	Тема 6. Управление деятельностью команды проекта в рекламе и связях с общественностью	Определение состава команды проекта. Распределение обязанностей и установление внутренней координации работы членов команды. УК-2: УК-2.1; УК-2.2
7.	Тема 7. Управление ресурсной частью реализации проекта в	Выявление ресурсов и ограничений в рамках реализации проекта. Мобилизация и распределение ресурсов для обеспечения работы команды и в составе видов работ.

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	рекламе и связях с общественностью	УК-2: УК-2.1; УК-2.2
8.	Тема 8. Осуществления контроля реализации проекта в рекламе и связях с общественностью	Виды контроля всех этапов реализации видов работ в составе проекта. Ведение отчетности реализации проекта. УК-2: УК-2.1; УК-2.2

## 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 3. Формирования концепции проекта в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Групповое задание
2.	Тема 3. Формирования концепции проекта в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Групповое задание
3.	Тема 5. Управление организационной частью проекта в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Решение кейса
4.	Тема 5. Управление организационной частью проекта в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Решение кейса
5.	Тема 6. Управление деятельностью команды проекта в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Решение кейса
6.	Тема 6. Управление деятельностью команды проекта в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Решение кейса
7.	Тема 7. Управление ресурсной частью реализации	ПЗ	Решение кейса

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
	проекта в рекламе и связях с общественностью		
8.	Тема 7. Управление ресурсной частью реализации проекта в рекламе и связях с общественностью	ПЗ	Решение кейса

## **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. Примеры коммуникационных проектов.

1. Понятие и отличительные черты проекта.
2. Основные составляющие проекта.
3. Специфика проекта как вида деятельности.
4. Категории участников проектов.
5. Понятие жизненного цикла проекта.

Понятие «проект» и проект как вид деятельности. Концепция проекта применительно к достижению поставленных целей. Медийная составляющая проекта. Организационная составляющая проекта. Участники проектной деятельности. Жизненный цикл проекта.

Практическое занятие № 2. Примеры коммуникационных проектов.

1. Специфика коммуникационной основы проекта.
2. Стратегическая основа проекта.
3. Тактическая основа проекта.
4. Внутренние системные связи проекта.
5. Понятие информационного повода и его реализация в проектной деятельности.

Практическое занятие № 3. Постановка задач коммуникационного взаимодействия и проектирование достижения результатов.

1. Подходы к определению проблематики проекта.
2. Специфика работы с трендами.
3. Потребности целевой аудитории как стратегически важный ресурс проектирования.
4. Показатели результативности проекта.
5. Подходы к прогнозированию результатов проекта.

Практическое занятие № 4. Проект как способ решения поставленных задач.

1. Специфика различных видов работ в рекламе и связях с общественностью.
2. Показатели результативности различных видов работ в рекламе и связях с общественностью.
3. Подходы к оценке соотношения поставленных задач и различных видов работ в рекламе и связях с общественностью.
4. Системность как критерий проектного отбора различных видов работ в рекламе и связях с общественностью.
5. Подходы к коммуникационному проектированию как решению поставленных задач.

Практическое занятие № 7. Управление кадрами и ресурсами реализации проекта.

1. Понятие команды и ее отличительные особенности.
2. Специфика реализации командного подхода в проектной деятельности.
3. Материально-технические ресурсы реализации проекта.
4. Финансовые ресурсы реализации проекта.
5. Принцип оптимизации трудовых и финансовых затрат на реализацию проекта.

Практическое занятие № 8. Обеспечение контроля реализации проекта.

1. Подходы к обеспечению контроля реализации проекта.
2. Способы промежуточного контроля реализации видов работ.
3. Способы координации работы команды проекта.
4. Документооборот как инструментарий контроля реализации проекта.
5. Количественные и качественные показатели реализации проекта.

Практическое занятие № 15. Определение рискосодержащих факторов и превентивных мер устранения рисков.

1. Способы выявления рискосодержащих факторов.
2. Способы прогнозирования развития рискосодержащих сценариев.
3. Подходы к выработке мер по устранению рисков.
4. Мониторинг реализации проекта как фактор недопущения риска.
5. Технологии устранения причин риска.

Практическое занятие № 16. Контроль результативности реализации проекта.

1. Количественные показатели результативности реализации проекта.
2. Качественные показатели результативности реализации проекта.
3. Экономические показатели результативности реализации проекта.
4. Технологические показатели результативности реализации проекта.
5. Способы оптимизации мер реализации проекта.

## 2) Типовые групповые задания.

Практическое занятие № 5. Разработка содержания и формата реализации проекта.

Предложите формат реализации проекта продвижения продукции с использованием рекламных и коммуникационных форматов. Разработайте содержание проекта, включая ключевые тезисы и их использование в рекламных и коммуникационных форматах взаимодействия с целевой аудиторией.

Практическое занятие № 6. Определение технологий и средств осуществления проекта.

Определите технологии вовлечения в коммуникацию целевых аудиторий в соответствии с задачей продвижения продукции с использованием рекламных и коммуникационных форматов. Определите способы и средства коммуникационного влияния, включая каналы коммуникации и информационные площадки.

## 3) Типовые решения кейсов.

Практическое занятие № 9. Составление технического задания на каждый вид работ.

Составьте техническое задание на производство рекламного видеоролика, проведение рекламной акции, инициирование 10 публикаций в различных видах СМИ, проведении пресс-конференции.

Практическое занятие № 10. Обеспечение соответствующих организационных условий для выполнения видов работ.

Предложите организацию работы команды в условиях open space, включая обеспечение материально-техническими ресурсами, обеспечением зоны совещаний, а также организацией доступа каждого члена команды к общим информационным ресурсам реализации проекта.

Практическое занятие № 11. Разработка схемы регулирования эффективности работы команды.

Предложите комплекс мер по регулированию эффективности работы команды, включающий совещания, ведение отчетной документации, обеспечение внутренней координации работы команды.

Практическое занятие № 12. Обеспечение соответствующих условий для консолидации команды проекта.

Предложите комплекс мер по сплочению коллектива, включая трансляцию ценностных ориентиров командной работы, избегание конфликтов и конкуренции, организационно-технические условия формирования поля совместной деятельности.

Практическое занятие № 13. Способы оптимизации расходов.

Предложите способы оптимизации расходов на 30% на выполнение видов работ: инициирование публикаций, ведение аккаунтов социальных сетях, организация пресс-тура.

Практическое занятие № 14. Регламент и регулирование расходов в рамках реализации проекта.

Разработайте комплекс административных мер планирования бюджета и учета расходов, а также комплекс мер, касающихся урегулирования ситуаций выхода из бюджета по определенным статьям расхода.

- 4) Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (экзамен)
  1. Проект как вид коммуникационной деятельности.
  2. Понятие, ключевые составляющие и особенности жизненного цикла проекта.
  3. Системность как показатель целостности проекта.
  4. Стратегическая основа реализации проекта.
  5. Тактическая составляющая реализации проекта.
  6. Организационная основа реализации проекта.
  7. Технологии прогнозирования результативности проекта.
  8. Потребности целевой аудитории как ключевой фактор проектирования коммуникационной деятельности.
  9. Изучение информационного поля, работа с трендами как факторы программирования коммуникационного взаимодействия.
  10. Подходы к формированию содержания проекта.
  11. Подходы к определению географии и продолжительности реализации проекта.
  12. Подходы к определению технологий и средств осуществления проекта.
  13. Целесообразность как ключевой параметр определения видов работ в составе проекта.
  14. Технологии администрирования проектной деятельности.
  15. Ключевые аспекты управления проектом.
  16. Подходы и инструментарий планирования видов и объема работ в составе проекта.
  17. Способы разработки отчетности реализации проекта.
  18. Выявление ресурсов и ограничений в рамках реализации проекта.
  19. Технологии управления работой команды проекта.
  20. Обеспечение условий работы команды проекта.
  21. Способы управления бюджетом проекта.
  22. Способы оптимизации расходов.
  23. Технологии распределения обязанностей и объема работ внутри команды.
  24. Технологические показатели эффективности реализации проекта
  25. Экономические показатели эффективности реализации проекта.
  26. Количественные показатели эффективности реализации проекта.
  27. Качественные показатели эффективности реализации проекта
  28. Способы ведения профилактики рисков.
  29. Технологии управления рисками.
  30. Мониторинг реализации проекта как фактор избежания рисков.



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

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине используется традиционная система контроля и оценки успеваемости студентов:

### Критерии оценивания результатов обучения

Таблица 8

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» 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 «хорошо» 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 «удовлетворительно» 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. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510610>
2. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511272>

### 7.2 Дополнительная литература

1. Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 1. Научная реклама : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11845-2. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515639>

2. Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 2. Научные опросы общественного мнения : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 308 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11847-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515698>
3. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510921>

### **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 задач

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:

1. презентации с информацией из открытых источников по темам занятий.

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

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**

<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
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 вызывает реализация управленческого функционала в организационной части, кадровой части, ресурсной части проектной деятельности, а также осуществление контроля реализации проекта. 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 материал 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, обеспечении и контроля реализации проекта, организации и координировании кадрового состава, распоряжении организационно-техническими ресурсами проектной деятельности.

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:**

## РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

ОПОП ВО по 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Реклама и связи с общественностью

(квалификация выпускника – бакалавр)

Оришевым Александром Борисовичем, доктором исторических наук, доцентом, зав. кафедрой истории (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью в отраслях экономики» (бакалавриат) 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, кандидат экономических наук, зав.кафедрой связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма.

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

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 – «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 – Б1.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» закреплена 1 **компетенция**. Дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» и представленная Программа способна реализовать ее 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 «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» составляет 3 зачётных единицы (108 часов).

7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 – «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 «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» предполагает 8 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 42.03.01 – «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

Специфика дисциплины в изучении управленческих технологий проектной деятельности, обеспечении и контроле реализации проекта, организации и координировании кадрового состава, распоряжении организационно-техническими ресурсами проектной деятельности.

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:

 Зверев А. В.

## РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»  
ОПОП ВО по 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Реклама и связи с общественностью  
(квалификация выпускника – бакалавр)

Оришевым Александром Борисовичем, доктором исторических наук, доцентом, зав. кафедрой истории (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью в отраслях экономики» (бакалавриат) 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, кандидат экономических наук, зав. кафедрой связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма.

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

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 – «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 – Б1.

3. Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» закреплена 1 компетенция. Дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» и представленная Программа способна реализовать ее 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 «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» составляет 3 зачётных единицы (108 часов).

7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 – «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 «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» предполагает 8 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 42.03.01 – «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.



Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме экзамена, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины базовой части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

12. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

13. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 3 наименования, и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

14. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» 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 «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью».

### ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью», направленность «Реклама и связи с общественностью в отраслях экономики» (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная Евграфовой Людмилой Владимировной, кандидатом экономических наук, доцентом кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма 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

« ав » ав 2024.

