

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 05.09.2024 17:16:00  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ**

---

Наименование кафедры

Утверждены  
решением учебно-методической  
комиссии по направлению  
(специальности)

Протокол №5  
от «15» мая 2024 г

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**Б1.В.18.02 «Общественный проект «Обучение служением»**

42.03.05 «Медиакоммуникации»

-  
Медиапродюсирование и медиаменеджмент  
бакалавриат

очная

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2024 г.

Автор(ы)–составитель(и):  
К.пед.н.,доцент, доцент кафедры  
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Руководитель образовательной программы:

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
2. Оценочные средства по дисциплине
  - 2.1 Текущий контроль
  - 2.2 Промежуточная аттестация
3. Описание системы оценивания, шкала оценивания
  - 3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля
  - 3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля
  - 3.3 Шкала перевода (для уровня подготовки бакалавриат и специалитет)

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине- перечень компетенций с указанием компонентов компетенций дисциплины, как отдельного элемента ОП**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1	Способен продемонстрировать знание основ и методов социального взаимодействия
		УК-3.2	Способен применять в профессиональной деятельности основы и методы социального взаимодействия; реализовывает свою роль в команде
ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта	ПК-6.1	Способен применять основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации, современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методы и инструменты эффективного менеджмента, основы экспертного анализа и методы оценки рисков, основы бюджетирования и медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемые для телевизионного и радиовещания, принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм
		ПК-6.2	Способен выполнять функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке творческой, по оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств, необходимых для создания нового продукта, выявлению необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), обоснованию целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности, подготовке финансовых предложений для инвесторов/спонсоров и поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров и заключение соглашений

## **2. Оценочные средства по дисциплине**

### **2.1 Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля**

#### **2.1.1 Устный опрос. Тематика для обсуждения по темам**

##### **Тема 1. Введение в социальное проектирование.**

1. Проектная деятельность в медиасфере.
2. Понятие и основные характеристики проектной деятельности.
3. Основные классификации проектов.
4. Общие требования к содержанию проекта.
5. Программа проекта как результат планирования проектной деятельности.
6. Основные разделы программы проекта.
7. Этапы проекта.
8. Карта действий по реализации проекта.
9. Форма отчетности.
10. Методические рекомендации по выполнению проекта.

##### **Тема 3. Анализ ситуации и постановка проблемы.**

1. Методология системного анализа.
2. Структуризация проекта. систему для решения проблемы.
3. Определение общей цели и критериев системы.
4. Декомпозиция целей системы. Процессы и ресурсы системы. Риски проекта.
5. Типы проектов по сферам деятельности (технический, организационный, экономический, социальный, смешанный). Классы проектов (монопроекты, мультипроекты, мегапроекты).
6. Виды проектов (инвестиционный, инновационный, научно-исследовательский, учебно-образовательный, смешанный)
7. Определение степени значимости темы проекта.
8. Требования к формулировке темы. Понятие проблемы. Актуальность и практическая значимость исследования.
9. Планирование: подбор необходимых материалов, определение способов сбора и анализа информации
10. Определение цели и задач. Типичные способы определения цели. Эффективность целеполагания.
11. Понятие «Гипотеза». Процесс построения гипотезы. Формулирование гипотезы.
12. Доказательство и опровержение
13. Основной этап работы над проектом. Организация работы над проектом.
14. Заключительный этап работы над проектом. Подведение итогов работы.

##### **Тема 3. Выработка гипотезы проектного решения и её проверка.**

1. Управление сроками проекта.
2. Разработка расписания.
3. Фазы процесса, контрольные события.
4. Долгосрочное, оперативное и программно-целевое планирование в медиаотрасли.
5. Жизненный цикл медиапроекта как совокупность проектных фаз
6. Создание организационной модели проекта.
7. Типовые организационные схемы проекта.
8. Определение взаимосвязи операций.
9. Проектирование взаимодействия подразделений. Ньюсрум.
10. Инструменты удаленного взаимодействия.
11. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей. Четырех-стадийная модель создания проектной команды. Принципы встраивания медиапроекта в структуру компании.
12. Устав проекта и другие документы, закрепляющие концепцию, как часть организационной модели медиапроекта..
13. Модели распространения бесплатного медиапродукта.
14. Модели распространения платного медиапродукта.
15. Модели продвижения медиапродукта. Достижение целевой аудитории через распространение и продвижение

##### **Тема 4. Разработка и защита паспорта проекта**

1. Особенности менеджмента на этапе стартапа.
2. «Безаудиторные» пилотные версии.
3. Фокус-группы как метод изучения реакции целевой аудитории. Пилотные версии, направленные на ограниченную аудиторию.
4. Пилотные версии, направленные на полную аудиторию

5. Теории создания концепций и моделирования периодических изданий (Дзялошинский, Иваницкий и др.).
6. Составляющие концепции, алгоритм формализации и поддержки концепции.
7. Создание книжных проектов.
8. Этапы разработки телевизионного проекта.
9. Учет жанровой конвенции при создании телевизионных проектов.
10. Пилотный телевизионный проект и методы его оценки.
11. Фокус-группа. Роль рейтингов. Продвижение телевизионного проекта.
12. Содержательная модель мультимедийного проекта.
13. Технологические аспекты проектирования мультимедийных и 6 мультиплатформенных проектов. Модель взаимодействия с пользователями мультимедийного СМИ

#### ***Тема 5. Реализация общественного проекта.***

1. Определение характеристик аудитории: социально-демографических, ментальных.
2. Изучение потребностей целевой аудитории.
3. Методы исследования целевой аудитории.
4. Методы анализа целевой аудитории.
5. Анализ аудитории методом персонажей.
6. Метод 5W для адресной работы с целевой аудиторией.
7. Метод анализа целевой аудитории «от обратного».
8. Метод определения целевой аудитории «от продукта».
9. Метод определения целевой аудитории «от рынка». Инструменты для поиска целевой аудитории.

#### ***Тема 6. Подведение итогов и рефлексия деятельности.***

1. Методы и технология реализации медиапроектов.
2. VR, AR, видео 360, видео 3D – анализ практики комбинации технологий, примеры использования, перспективы применения в медиасфере.
3. Интерактивное вещание. Мобильные приложения.
4. Мультимедийные проекты как высоко-технологичный способ продвижения.
5. Фандрайзинг, Product Placement и другие формы финансирования аудиовизуального продукта.
6. Особенности реализации медиапроектов в государственном и коммерческом секторе.

### ***2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса***

- 1 Классические теории организационной деятельности Г. Ганта, А. Файоля, М. Вебера и др.
- 2 Концепция управления по целям П. Друкера.
- 3 Матричные структуры Л. Гьюлика.
- 4 Количественный подход в управлении проектами: календарное сетевое планирование по стадиям жизненного цикла, предпроектный анализ, задачи оптимизации объемных показателей проекта.
- 5 Развитие системного подхода в управлении проектом и междисциплинарной сферы профессиональной деятельности.
- 6 Программные комплексы проектного управления.
- 7 Концепция программно - целевого управления.
- 8 Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа
- 9 Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований
- 10 Базовые элементы управления проектом: работы, ресурсы, результаты, риски.
- 11 Типологические принципы группировки ресурсов.
- 12 Уровни управления проектом: целеполагание, проектирование, реализации.
- 13 Декомпозиция цели проекта на основе стратегии организации.
- 14 Качественные и количественные методы оценки альтернатив достижения цели.
- 15 Предметные функции управления проектом: планирование, организация, координация, контроль.
- 16 Функции обеспечивающей деятельности: согласование, исполнение, предоставление информации, подготовка предложений.
- 17 Понятие организационной структуры управления проектом.
- 18 Принципы проектирования работ в организации.
- 19 Адхократический характер организационной структуры реализации проекта.
- 20 Принципы классификации организационных структур в зависимости от содержания проекта, участия посредников, принципа централизации власти и т.д.
- 21 Функциональные, матричные, проектно -целевые, смешанные (гибридные) структуры.
- 22 Организационные структуры с созданием команд.
- 23 Внедрение инсорсинга.
- 24 Постановка цели и задач медиапроекта.
- 25 Содержание проекта и способы его фиксации.

- 26 Принципы и методы планирования медиапроекта
- 27 Анализ рисков и ограничений медиапроекта
- 28 Технологии бюджетирования медиапроекта
- 29 Создание организационной структуры медиапроекта
- 30 Моделирование продвижения и распространения медиапродукта
- 31 Запуск пилотной версии медиапроекта
- 32 Методы оценки эффективности медиапроекта
- 33 VR, AR, видео 360, видео 3D – анализ практики комбинации технологий, примеры использования, перспективы применения в медиасфере.
- 34 Интерактивное вещание.
- 35 Мобильные приложения.
- 36 Мультимедийные проекты как высоко-технологичный способ продвижения эфирных продуктов в неэфирной среде.
- 37 Фандрайзинг. Product Placement и другие формы финансирования аудиовизуального продукта
- 38 Особенности разработки медиапроектов в государственном секторе
- 39 Особенности разработки медиапроектов в коммерческом секторе
- 40 Особенности разработки медиапроектов в секторе НКО

### *2.1.3 Устный опрос. Вопросы для практико-ориентированной подготовки*

#### **Тема 1. Введение в социальное проектирование.**

**Социально ориентированные НКО и специфика взаимодействия с ними.** Значение социально ориентированных некоммерческих организаций (НКО) в решении социальных проблем и улучшении благосостояния общества, достижения социальных целей и улучшения качества жизни различных групп людей. Особенности социально ориентированных НКО: миссия и цели, безвозмездность, зависимость от донорской поддержки, волонтерство и гражданская активность, сотрудничество и партнерство НКО, использование инноваций и технологий.

#### **Социальный проект и особенности социально ориентированного проектирования.**

Социально ориентированный проект имеет свои особенности, которые отличают его от других типов проектов: решение социальных проблем или улучшение благосостояния определённой группы людей, сообщества или общества в целом; учёт интересов и потребностей различных стейкхолдеров и заинтересованных сторон; сотрудничество с другими НКО, государственными учреждениями, бизнес-сектором и проч.; измерение и оценка социального воздействия; гибкость и адаптивность; коммуникация и информирование общественности.

**Выявление актуальных социальных проблем и разработка социального проекта** – важный процесс, который включает несколько ключевых шагов: исследование социального окружения, определение целей и задач, выявление заинтересованных сторон, разработка стратегии и плана действий, привлечение ресурсов, разработка системы оценки и мониторинга.

**Ресурсное обеспечение социального проекта** включает следующие виды ресурсов: финансовые ресурсы – гранты, спонсорство, пожертвования; человеческие ресурсы – команда проекта, волонтеры, партнёры; материальные ресурсы – оборудование, расходные материалы и инфраструктура; информационные ресурсы – Интернет, соцсети, образовательные организации.

**Планирование социального проекта: методы реализации, инструменты проектной деятельности и ожидаемые результаты.** Методы реализации: участие заинтересованных сторон, командная работа, обмен знаниями и опытом. Инструменты проектной деятельности: проектный цикл, план проекта и графики работ, матрица ответственности, мониторинг и оценка. Ожидаемые результаты: решение или улучшение конкретной социальной проблемы или потребности в сообществе; улучшение качества жизни или благосостояния целевой аудитории; развитие компетенций участников проекта, изменение отношения в обществе к социальным проблемам и запросам.

#### **Тема 2. Анализ ситуации и постановка проблемы.**

**Изучение контекста.** На этом этапе обучающиеся должны понять и оценить широкий контекст, в котором существует проблема, с которой они будут работать. Этот этап подразумевает изучение социальных, экономических, политических, экологических и других аспектов. Обучающиеся могут проводить исследование источников информации, а также посещать территории или организации, связанные с проблемой.

**Идентификация проблемы.** На основе изучения контекста обучающиеся определяют главную проблему, с которой они будут работать в рамках своего проекта. Проблема должна быть ясно сформулирована и связана с интересами или потребностями местного сообщества или определённой группы людей. Это поможет студентам сосредоточить своё исследование и действия на решении конкретной проблемы.

**Сбор данных и анализ.** Обучающиеся собирают необходимые данные, чтобы лучше понять проблему. Они могут использовать разнообразные методы исследования, такие как опросы, интервью,

наблюдения или анализ статистических данных. Анализ данных поможет студентам получить более глубокое понимание проблемы, выявить её причины, идентифицировать основные заинтересованные стороны и потенциальные решения.

**Взаимодействие с заинтересованными сторонами.** Обучающиеся проводят беседы и взаимодействуют с заинтересованными сторонами, такими как представители сообществ, организаций или групп, на которые влияет проблема. Это помогает им получить разные точки зрения, понять потребности и предпочтения заинтересованных сторон.

**Уточнение проблемы.** После анализа и первичного исследования обучающиеся формулируют ключевой вопрос, который будет их направлять в ходе проекта. Итоговая формулировка проблемы должна быть ясной, конкретной и связанной с конкретными субъектами. Это помогает студентам сфокусировать внимание и ориентироваться на поиск решения в ходе своей работы.

### ***Тема 3. Выработка гипотезы проектного решения и её проверка.***

**Создание гипотезы.** На основе исследования и анализа данных обучающиеся формулируют гипотезу о том, какое решение может быть наиболее подходящим для решения проблемы. Гипотеза должна быть конкретной, измеримой и проверяемой. Она должна включать описание предлагаемого решения и предсказание о том, как это решение может повлиять на проблему.

**Планирование эксперимента.** Здесь обучающиеся разрабатывают план эксперимента, который поможет проверить их гипотезу на практике. Они определяют, какие шаги, ресурсы и меры понадобятся для реализации плана и получения данных, которые помогут оценить эффективность предполагаемого решения.

**Реализация и оценка.** Приступая к реализации плана эксперимента и тестированию гипотезы на практике, обучающиеся собирают данные, оценивают результаты и проводят анализ эффективности предложенного решения, сравнивают полученные результаты с гипотезами и оценивают, насколько успешным оказалось решение.

**Анализ и заключение.** Обучающиеся анализируют полученные результаты и делают выводы относительно гипотезы и эффективности предложенного решения, анализируют сильные и слабые стороны подхода и обсуждают дальнейшие шаги. При необходимости уточняют гипотезу или возвращаются к этапу её разработки.

### ***Тема 4. Разработка и защита паспорта проекта***

**Определение общих целей.** Обучающиеся определяют цели проекта и направления, в которых планируют достичь перемен. Цели проекта должны быть описаны конкретно, ясно, с обоснованием их важности и ценности.

**Выработка описания проекта.** Обучающиеся разрабатывают детальное описание проекта, которое содержит информацию о его сущности, предполагаемых работах и результатах. Здесь должно быть указано, что планируется сделать, как это будет осуществлено и какие ресурсы и инструменты будут использованы.

**Определение задач и плана работы.** Обучающиеся определяют необходимые задачи, которые требуется выполнить в рамках проекта; разрабатывают план работ, который включает этапы, сроки, ответственных лиц, ресурсы и ожидаемые результаты.

**Оценка необходимых ресурсов.** Обучающиеся определяют ресурсы, необходимые для реализации проекта, включая человеческие ресурсы, финансовые средства, оборудование, материалы и др.

**Защита паспорта проекта.** Паспорт проекта требуется защитить с помощью презентации его представителям партнёрской организации, сообщества, заинтересованного в реализации проекта, наставнику проекта и другим заинтересованным сторонам. На защите требуется описать основные аспекты проекта, продемонстрировать содержательную согласованность документа, рассказать о значимости проекта, его потенциальных результатах и о том, как планируется достичь поставленных целей.

### ***Тема 5. Реализация общественного проекта.***

**Прототипирование.** На этапе прототипирования команда создаёт прототип или модель продукта или решения. Прототип может быть физическим, виртуальным или концептуальным, он служит для тестирования функциональности, оценки эргономики и сбора обратной связи. Усовершенствование прототипа происходит на основе полученных результатов, и он служит основой для создания финального продукта.

**Разработка и реализация.** На этой стадии команда приступает к разработке и реализации решения или продукта. Разработка может включать программирование, дизайн, создание материалов или любые другие действия, необходимые для создания конечного продукта. Команда выполняет свои задачи, собирает данные и обеспечивает координацию для качественной реализации решения.

**Тестирование и улучшение.** Созданный продукт или решение подвергаются тестированию. Это позволяет команде проверить функциональность, эффективность и соответствие гипотезе, которая была выдвинута на предыдущих этапах. Обнаруженные недочёты или проблемы решаются, а продукт или решение улучшаются в соответствии с полученной обратной связью.

**Оценка.** После завершения разработки команда оценивает полученный результат и сравнивает его с изначальными целями проекта. Обосновывается эффективность и значимость продукта или решения, а также



фиксируется вся необходимая документация для последующего использования.

Команда также должна оценить эффективность продукта или решения на основе обратной связи от заинтересованных сторон. Участники проекта исправляют ошибки, если они есть, и вносят улучшения, чтобы максимизировать пользу и эффективность продукта или решения.

### **Тема 6. Подведение итогов и рефлексия деятельности.**

**Анализ выполненных целей.** Обучающиеся должны оценить, насколько успешно достигнуты поставленные цели проекта; рассмотреть, какие результаты были достигнуты и соотнести их с начальными целями.

**Оценка достигнутых результатов.** Обучающиеся должны проанализировать достигнутые результаты и определить их значимость для целевой аудитории; разобраться в основных изменениях или преимуществах, которые проект принёс сообществу.

**Рефлексия и уроки, извлечённые из проекта.** Обучающиеся должны проанализировать проект и свой опыт в рамках обучения служением; рассмотреть, что обучающиеся узнали о себе, своих навыках, проблемах, с которыми столкнулись, и какие уроки они извлекли из выполненной работы.

**Оценка собственного вклада.** Обучающиеся должны оценить свой собственный вклад в проект и взаимодействие с командой и целевой аудиторией; рассмотреть, какие навыки или качества они развили, на какие проблемы обратили внимание, и как работа сказалась на результатах проекта.

**Обратная связь и рекомендации.** Обучающиеся должны подготовить рекомендации для будущих участников проекта, основанные на полученном опыте, обсудить, что можно улучшить, какие советы можно дать для достижения лучших результатов в будущем. После подведения итогов необходимо составить отчёт по проекту.

#### *2.1.3 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Направления дискуссий.*

1. Технологические этапы проектирования.
2. Принципы отбора инструментов и технологий для медиапроекта.
3. Использование технологий социального проектирования в медиапроектировании.
4. Использование технологий бизнес-проектирования в медиапроектировании.
5. Модели ранжирования проектов. Их применение в медиапроектировании.
6. Метод реальных вариантов выбора (опционов) в медиапроектировании
7. Постановка цели и задач медиапроекта.
8. Принципы и методы планирования проекта.
9. Содержание проекта и способы его фиксации.
10. Технологии анализа рисков и ограничений проекта.
11. Технологии бюджетирования медиапроекта.
12. Создание структуры проекта и бизнес-процессов.
13. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей.
14. Четырёх-стадийная модель создания проектной команды.
15. Проектирование мультимедийных и мультиплатформенных проектов

#### *2.1.4 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Тематика дискуссий.*

1. Принципы построения бюджета проекта.
2. Типовое содержание расходов и источников их покрытия по видам проектов и этапам жизненного цикла. Критерии и методы обоснования экономической эффективности портфеля проектов.
3. Обеспечение сопоставимости разновременных экономических показателей и учет фактора риска по проекту.
4. Команда как организационное решение функциональной структуры проекта.
5. Команда проекта и команда управления проектом: принципы организации и взаимодействия.
6. Функции управления проектом: мотивация, стимулирование, гуманизация, корпоративность.
7. Структурные методы управления конфликтом в проектной деятельности.
8. Подходы к оценке социальной эффективности проекта
9. Задачи, стратегии и проекты компании как непрерывно протекающие уникальные процессы.
10. Совершенствование проектов, процессов, мотивации и квалификации сотрудников с учетом возникающих факторов хозяйственной деятельности.
11. Обучающий консалтинг: развитие навыков коммуникации, клиентоориентированности, организационного дизайна, программирования, художественного творчества, работа в условиях неопределенности и др.
12. Признаки самообучающейся компании по М. Pedler: совместные проекты в компании и связанных группах; постоянное саморазвитие сотрудников на индивидуальных потребностях и ответственности; формирование траектории и бюджета саморазвития и карьеры; распределение ролей в команде на основе эксперимента и для обеспечения роста сотрудника; климат способствующий обучению.

13. Дисциплины самообучающейся компании по Peter M. Senge: ментальные карты; коллективное обучение; личное мастерство; умение видеть перспективы; системное мышление. Этапы проектирования самообучающейся организации.
14. Проблемы самообучающейся организации: ограниченность временных, информационных, финансовых ресурсов; низкая мотивация руководителей и сотрудников; нарушение преемственности решений; низкая оценка значимости результатов; потенциальные конфликты.
15. Создание структуры проекта и бизнес-процессов.
16. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей.
17. Четырех-стадийная модель создания проектной команды.
18. Принципы встраивания медиапроекта в структуру компании.
19. Технологии бюджетирования проекта.
20. Запуск пилотной версии медиапроекта.
21. Методы оценки эффективности проекта.
22. Алгоритмы моделирования печатного издания.
23. Составляющие концепции печатного издания.
24. Современные технологии проектирования телевизионных проектов.
25. Проектирование мультимедийных и мультиплатформенных проектов.
26. Технологии разработки PR-проекта.

### *2.1.5 Проектные задания по вопросам для текущего контроля*

*Студенту необходимо выполнить весь комплект проектных заданий в течение изучения дисциплины и провести публичную презентацию результатов в рамках практических занятий.*

Задание 1. Разработать карту целей и задач авторского медиапроекта.

Задание 2. Разработать годовой план реализации авторского медиапроекта.

Задание 3. Разработка и презентация содержательной модели авторского медиапроекта: рубрикатор, программа, содержание (в зависимости от вида проекта), гид по стилю, анализ возможных рисков и ограничений, бюджета, описание бизнес-процессов, проект штатного расписания.

Задание 4. Опираясь на результаты выполнения предыдущих заданий, подготовьте пилотную версию авторского медиапроекта.

Защита паспорта проекта позволяет команде проекта представить свое видение и план действий, получить обратную связь и рекомендации. Защита паспорта проекта также обеспечивает понимание и поддержку со стороны заинтересованных сторон и помогает обеспечить успешное выполнение проекта.

Защищённый проект рекомендуется размещать на платформе ДОБРО.РФ:

1. На сайте выбрать кейс и связаться с партнёрской организацией.
2. На платформе завести проект по решению кейса, для чего необходимо:
  - завести аккаунт образовательной организации, если его ещё нет на ДОБРО.РФ, став организатором ([dobro.ru/kb/category/16](http://dobro.ru/kb/category/16));
  - создать проект от имени образовательной организации, проект по решению кейса ([dobro.ru/kb/article/41](http://dobro.ru/kb/article/41));
  - создать мероприятие («Доброе дело»), чтобы зарегистрировать студентов, которые войдут в команду проекта ([dobro.ru/kb/article/25](http://dobro.ru/kb/article/25));
  - связать мероприятие с проектом ([dobro.ru/kb/article/79](http://dobro.ru/kb/article/79));
  - разослать студентам ссылку на регистрацию на мероприятие «Доброе дело» и одобрить заявки тех, кто попадёт в команду, и после проставить им часы ([dobro.ru/kb/article/11](http://dobro.ru/kb/article/11)).

Также рекомендуется посмотреть отдельный записанный вебинар по работе с платформой – [dobro.ru/kb/article/139](http://dobro.ru/kb/article/139)

Задание 5. Опираясь на пилотную версию проведите реализацию проекта.

Задание 6. Подготовьте отчет по реализации проекта.

Подведение итогов реализации общественного проекта «Обучение служением» и подготовка соответствующего отчёта позволяют оценить выполненную работу, отразить опыт, поделиться результатами.

**1. Прототипирование.** На этапе прототипирования команда создаёт прототип или модель продукта или решения. Прототип может быть физическим, виртуальным или концептуальным, он служит для тестирования функциональности, оценки эргономики и сбора обратной связи. Усовершенствование прототипа происходит на основе полученных результатов, и он служит основой для создания финального продукта.

**2. Разработка и реализация.** На этой стадии команда приступает к разработке и реализации решения или продукта. Разработка может включать программирование, дизайн, создание материалов или любые другие действия, необходимые для создания конечного продукта. Команда выполняет свои задачи, собирает данные и обеспечивает координацию для качественной реализации решения.

**1. Тестирование и улучшение.** Созданный продукт или решение подвергаются тестированию. Это

позволяет команде проверить функциональность, эффективность и соответствие гипотезе, которая была выдвинута на предыдущих этапах. Обнаруженные недочёты или проблемы решаются, а продукт или решение улучшаются в соответствии с полученной обратной связью.

**2. Оценка.** После завершения разработки команда оценивает полученный результат и сравнивает его с изначальными целями проекта. Обосновывается эффективность и значимость продукта или решения, а также фиксируется вся необходимая документация для последующего использования.

Команда также должна оценить эффективность продукта или решения на основе обратной связи от заинтересованных сторон. Участники проекта исправляют ошибки, если они есть, и вносят улучшения, чтобы максимизировать пользу и эффективность продукта или решения.

*Ключевые элементы отчёта могут включать:*

**Введение.** Вводная часть, в которой резюмируются цели проекта и его контекст.

**Описание проекта.** Подробное описание проекта, включая его цели, задачи, методы работы и изменения, произведенные в ходе реализации.

**Результаты и достижения.** Отчёт о достигнутых результатах, связанных с поставленными целями проекта. Сюда необходимо включить конкретные численные и качественные данные, примеры или иллюстрации, чтобы визуально продемонстрировать результаты.

**Анализ и оценка.** Рефлексия над выполненной работой, оценка значимости проекта и его результатов, анализ успешных стратегий и проблемных ситуаций.

**Уроки и рекомендации.** Извлечение уроков из проекта и рекомендации для возможных будущих участников. Обсуждение того, что можно улучшить и какие рекомендации дать для успешной реализации подобных проектов.

**Заключение.** Заключительные мысли и благодарности участникам и организациям, вовлечённым в проект.

Составление отчёта поможет обучающимся усвоить и оценить свою работу, а также поделиться результатами и опытом с другими. Отчет также может стать ориентиром и руководством для будущих участников проектов обучения служением.

## 2.1.6 Тематика для проектирования

*Студенческий проект предполагает в обязательном порядке разработку и реализацию коммуникационных стратегий, сопровождение продвижения в социальных сетях, разработка информационных кампаний, социальной рекламы по выбранной тематике.*

1. «Мы – активное поколение» (сфера реализации проекта – городская среда, благоустройство, отдельный сбор мусора, общественная инициативность).

2. «Человек красит место» (сфера реализации проекта – городская среда, благоустройство, общественная инициативность, медиаобразование, медиакommунции «общественность – власть/органы управления»).

3. «Перемен требуют наши сердца» (сфера реализации проекта – эстетика и визуальная культура, реставрация и благоустройство исторических и социально значимых пространств/зданий, создание и продвижение социально-значимых городских арт-объектов, общественная инициативность).

4. «Буккросинг – «Шкаф-читальня» (сфера реализации проекта – создание и продвижение социально-значимых объектов по формированию и продвижению фолиантов русской литературы, культуры, искусства и т.д., общественная инициативность в области повышения патриотизма и положительного восприятия «русского культурного кода»).

5. «Территория интеллекта» (сфера реализации проекта – создание и продвижение социально-значимых объектов комфортной среды и оптимальных условий для культурного, интеллектуального развития подрастающего поколения с высокой мотивацией к творчеству и учебе (в том числе для детей из малообеспеченных семей и находящихся в трудной жизненной ситуации, детей из категории сирот и др.), общественная инициативность в области социализации и поддержки «здорового и счастливого детства»).

6. «Рука помощи» (сфера реализации проекта – создание и продвижение социально-значимых объектов, комфортной среды и оптимальных условий для социализации детей из неблагополучных семей, лиц преклонного возраста без помощи и поддержки и др. категорий, общественная инициативность в области социализации и поддержки людей из «рисковых категорий» населения).

## 2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

### 2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к зачёту

1. Технологические этапы проектирования.
2. Принципы отбора инструментов и технологий для медиапроекта.
3. Использование технологий социального проектирования в медиапроектировании.
4. Использование технологий бизнес-проектирования в медиапроектировании.
5. Модели ранжирования проектов. Их применение в медиапроектировании.

6. Метод реальных вариантов выбора (опционов) в медиапроектировании
7. Постановка цели и задач медиапроекта.
8. Принципы и методы планирования проекта.
9. Содержание проекта и способы его фиксации.
10. Технологии анализа рисков и ограничений проекта.
11. Технологии бюджетирования медиапроекта.
12. Создание структуры проекта и бизнес-процессов.
13. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей.
14. Четырех-стадийная модель создания проектной команды.
15. Технологии бюджетирования проекта.
16. Запуск пилотной версии медиапроекта.
17. Модели распространения бесплатного медиапродукта.
18. Модели распространения платного медиапродукта.
19. Модели продвижения медиапродукта.
20. Создание организационной модели проекта. Типовые организационные схемы проекта.
21. Инструменты удаленного взаимодействия.
22. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей.
23. Четырех-стадийная модель создания проектной команды.
24. Управление стоимостью проекта. Прогнозная стоимость проекта.
25. Экономическая модель медиапроекта с платным и бесплатным контентом.

### 2.2.2 Тематика курсовых проектов

1. Проектирование социальной поддержки женщин в сфере занятости.
2. Проектирование социальной работы с детьми.
3. Современные информационные технологии в социальной работе.
4. Социокультурное проектирование в России
5. Социальное проектирование в сфере семейной политики.
6. Социальное проектирование в России в «прошлом и современности»
7. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения социально-значимых объектов комфортной среды и оптимальных условий для культурного, интеллектуального развития подрастающего поколения.
8. Социальное проектирование в сфере городской среды.
9. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения социально-значимых объектов по формированию и продвижению фолиантов русской литературы, культуры, искусства
10. Социальное проектирование в сфере благоустройства и общественной инициативности.
11. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения системы медиаобразования/медиакоммуникций «общественность – власть/органы управления»
12. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения создание и продвижение социально-значимых объектов в области социализации и поддержки людей из «рисковых категорий» населения.
13. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения объектов эстетики и визуальной культуры.
14. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения реставрации и благоустройства исторических и социально значимых пространств/зданий.
15. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения социально-значимых городских арт-объектов.
16. Социальное проектирование и социальные инновации.
17. Социальное проектирование и управление общественным развитием.
18. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения программ общественной инициативности в области повышения патриотизма.
19. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения программ повышения положительного восприятия «русского культурного кода».
20. «Образ жизни» как объект социального проектирования

## 3. Описание системы оценивания, шкала оценивания

### 3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля.

Перечень оценочных средств для текущего контроля	Показатели и критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)

Устный опрос	Соответствие ответа вопросу, полнота информации в ответе.
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии
Дискуссия	1) соблюдение регламента (20 мин.); 2) характер источников (более трех источников); 3) подача материала (презентация); 4) ответы на вопросы (владение материалом).
Зачет	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров
Курсовой проект	Соответствие содержания курсового проекта теме, наличие методологического аппарата работы, самостоятельность выполнения, грамотное оформление курсовой работы и наличие всех структурных частей, соблюдение сроков предоставления работы на кафедру.

### 3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-3.1: Знает основы и методы социального взаимодействия	Студент самостоятельно организовывать сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции/проекта, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции/проекта; находить и отбирать организации для проведения социологического опроса; определять целевую аудиторию нового продукта/проекта	Студент адекватно осуществляет планирование и сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции/проекта, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции/проекта. Оптимально производит отбор организаций для проведения социологического опроса, определяет целевую аудиторию.
УК-3.2: Применяет в профессиональной деятельности основы и методы социального взаимодействия; реализует свою роль в команде	Студент способен организовывать и проводить рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; снижать негативные реакции, поддерживать дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управлять несколькими сообществами в социальных сетях; способен обосновывать адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию	Студент эффективно организует и проводит рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга, эффективно управляет несколькими сообществами в социальных сетях.
ПК-6.1: Владеет основными положениями законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации, современными техническими средствами и технологиями для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами	Студент способен размещать заказы на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента	Студент эффективно осуществляет размещение заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента

<p>эффективного менеджмента, основами экспертного анализа и методами оценки рисков, основами бюджетирования и медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основными сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания, принципами творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм</p>		
<p>ПК-6.2: Выполняет функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке творческой, по оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств, необходимых для создания нового продукта, выявлению необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), обоснованию целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности, подготовке финансовых предложений для инвесторов/спонсоров и поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров и заключение соглашений</p>	<p>Студент способен определять производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта</p>	<p>Студент самостоятельно определяет производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формирует оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта</p>

### 3.2 Шкала перевода баллов по дисциплинам с оценкой (экзамен или дифференцированный зачёт) для уровней образования бакалавриата и специалитета по очной форме обучения.

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/ «не зачтено»:

от 0 до 50 баллов	«не зачтено»
от 51 до 100 баллов	«зачтено»