

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.18.03 «Проектный менеджмент в медиасреде»**

42.03.05 «Медиакоммуникации»

-  
Медиапродюсирование и медиаменеджмент  
бакалавриат

очная

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 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**

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1	Способен применять законодательство Российской Федерации о рекламе, методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм, технические средства телерадиовещания, передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания
		ПК-7.2	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, созданию презентационного/рекламного материала, организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса.

**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. Процессы и фазы управления проектом**

1. Содержание и организация проекта.
2. Преинвестиционная и инвестиционная фазы проекта. Этапы реализации преинвестиционной фазы.
3. Состав предпроектной и проектной документации.
4. Организация производства работ по проекту. Эксплуатационная фаза проекта.
5. Завершение проекта.
6. Основные процессы эксплуатационной фазы и завершения проекта.
7. Организация сдачи, приемки в эксплуатацию законченных объектов проекта.
8. «Инициация проекта». Основные составляющие группы процессов инициации.
9. Способы описания продукта проекта. Разработка критериев выбора проекта.
10. Основные методы выбора проекта.

11. Способы сбора информации о проекте. Виды формальных результатов процесса инициации проекта.
12. «Допущения» и «ограничения» в проекте.
13. Разработка устава проекта. Формальное признание существования проекта.
14. Назначение руководителя проекта. Наделение руководителя проекта полномочиями по привлечению и использованию необходимых ресурсов. Понятия «управление содержанием проекта, организационная структура проекта, организация исполнения проекта».
15. Принципы управления организацией проекта. Документация проекта.
16. Определение и согласование проекта. Процедуры организации исполнения проекта.
17. Типовая модель организации проекта. Определение понятия «завершение проекта».
18. Способы окончания проекта. Действия при завершении проекта. Задачи руководителя проекта при завершении проекта.
19. Подготовка документа о завершении проекта. Основные ошибки фазы завершения проекта.
20. Аудит проекта

## **Тема 2. Основные факторы, влияющие на проекты**

1. Окружение проекта. Риски проекта и методы их снижения.
2. Основные понятия и структура управления рисками.
3. Методы анализа проектных рисков.
4. Методы снижения рисков.
5. Организация работ по управлению рисками.
6. Управление отношениями со стейкхолдерами проекта.
7. Выявление и оценка стейкхолдеров проекта.
8. Управление стейкхолдерами проекта.
9. Неопределенность и риск. Измерение рисков. Экономические результаты рисков.
10. Сущность управления рисками. Анализ проектных рисков. Сущность анализа рисков проекта.
11. Алгоритм анализа рисков. Количественный и качественный анализ проектных рисков.
12. Планирование управления рисками.
13. Идентификация рисков. Планирование реагирования на риски.
14. Определение заинтересованных сторон.
15. Планирование управления заинтересованными сторонами.
16. Управление вовлечением заинтересованных сторон.
17. Контроль вовлечения заинтересованных сторон. Понятие окружения проектов.
18. Система «окружающая среда». Системы высшего порядка. Аспекты окружения проекта и их характеристика. Политический аспект, территориальный аспект. Экологический аспект.

## **Тема 3. Планирование проекта: методы и инструменты**

1. Основные понятия и определения планирования проекта. Процессы планирования. Основные методы планирования проекта.
2. Сетевое планирование. Сетевые модели и правила их построения. Методы расчёта сетевых графиков.
3. Календарные планы правила их построения.
4. Информационные системы планирования и управления проектами.
5. Разработка и документирование планов проекта. Система планов проекта. Основные принципы и вехи разработки плана управления проектом.
6. Порядок разработки, уточнения, согласования и использования документов при планировании проекта Основные уровни планирования.
7. Планирование целей и содержания проекта. Определение работ проекта.
8. Планирование ресурсов. Планирование затрат и финансирование проекта. Создание плана проекта.
9. Оценка эффективности проекта. Определение понятия «управление продолжительностью проекта».
10. Метод СРМ. Основные идеи, преимущества и недостатки, способы построения, дополнительные возможности, «узкие места».
11. Системы управления проектами: Microsoft Project, Project Manager. Основные настройки будущего проекта. Организация этапов задач. Задание крайних сроков и ограничений. Планирование управления расписанием. Планирование управления содержанием.

## **Тема 4. Финансирование проектов и управление стоимостью проекта**

1. Финансирование, смета и бюджет проекта. Источники и организационные формы финансирования проектов.
2. Организация финансирования проектов.
3. Управление стоимостью проекта. Основные принципы управления стоимостью проекта.
4. Методы контроля стоимости проекта. Основы оценки эффективности проектов.
5. Процессы системы управления стоимостью проекта.

6. Оценка стоимости проекта. Виды оценок стоимости и их цели.
7. Структура стоимости проекта.
8. Метод освоенного объема.
9. Прогнозные показатели освоения бюджета проекта. Техника оценки и виды затрат.
10. Контроль показателей эффективности проекта в ходе и по итогам его реализации.

#### **Тема 5. Управление ресурсами проекта**

1. Процессы управления ресурсами проекта.
2. Материально-техническое обеспечение и коммуникации проекта.
3. Управление закупками и поставками ресурсов проекта.
4. Управление запасами ресурсов проекта.
5. Управление коммуникациями проекта.
6. Управление человеческими ресурсами проекта.
7. Формирование и развитие команды проекта.
8. Организационная культура команды проекта.
9. Мотивация и стимулирование команды проекта.
10. Определение понятия «ресурс».
11. Виды ресурсов проекта.
12. Концепция управления взаимодействиями в проекте.
13. Связующие события проекта. Пять этапов управления взаимодействием.
14. Информационный обмен, мониторинг и контроль с помощью связующих событий.
15. Модели коммуникаций. Планирование управления человеческими ресурсами.
16. Основные характеристики команды проекта. Эффективность команды проекта.
17. Организация совместной деятельности команды проекта.

#### **Тема 6. Контроль и регулирование проекта. Менеджмент качества проекта**

1. Менеджмент качества проекта Цели и содержание контроля проекта.
2. Система контроля проекта. Мониторинг работ по проекту.
3. Управление изменениями. Менеджмент качества проекта. Основные принципы менеджмента качества проекта. Методы менеджмента качества проекта.
4. Применение международных стандартов в системах менеджмента качества проекта. Требования к системе контроля. Принципы построения эффективной системы контроля. Отслеживание хода выполнения проекта.
5. Отчеты о выполнении проекта. Планирование управления качеством. Инструменты управления и контроля качества.
6. Аудиты качества. Обеспечение качества. Контроль качества.

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

1. Предпосылки возникновения технологии менеджмента проектов.
2. Эволюция развития методов управления проектами.
3. Понятие и сущность проекта, управления проектом.
4. Базовые определения управления проектами.
5. Специфические признаки проекта, отличия проекта от программы.
6. Взаимосвязь управления проектами с управлением инвестициями, а также другими отраслями менеджмента.
7. Понятие «медиапроект», варианты его трактовки.
8. Цель, основные задачи медиапроекта и стратегии его реализации.
9. Особенности жизненного цикла медийного проекта.
10. Особенности эффективной реализации проекта.
11. Контур обратной связи.
12. Отличие проектного управления от традиционного управления.
13. Современные тенденции развития теории управления проектами.
14. Содержание и организация проекта.
15. Прединвестиционная и инвестиционная фазы проекта.
16. Этапы реализации прединвестиционной фазы.
17. Состав предпроектной и проектной документации.
18. Организация производства работ по проекту.
19. Эксплуатационная фаза проекта.
20. Завершение проекта.
21. Эффективный менеджмент контента медийного проекта.
22. Дизайн медиапроекта и выбор специальных средств рационально-эмоционального воздействия на аудиторию.

23. Маркетинговые исследования в проектном менеджменте.
24. Управление маркетингом в рамках менеджмента проектов.
25. Разработка маркетинговой стратегии проекта и программа маркетинга.
26. Бюджет маркетинга проекта и его реализация.
27. Основные принципы продвижения медиапроекта на современном рынке массовой информации.
28. Анализ и систематизация данных о проекте, целевой аудитории и состоянии внешней среды.
29. Узнавание, напоминание и адресность проекта как составляющие его рекламной и PR-кампаний.
30. Вовлечение аудитории в процесс реализации медиапроекта, наиболее эффективные формы коммуникации для установления и поддержания обратной связи.
31. Цифровые и мобильные технологии как инструмент создания и канал продвижения медийного проекта.

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

1. Сущность системы управления проектами в организации.
2. Методология управления проектами.
3. Проектный офис.
4. Корпоративная система управления проектами.
5. Виды проектов.
6. Особенности управления различными видами проектов.
7. Особенности управления проектами в государственных организациях.
8. Особенности управления нетрадиционными проектами.
9. Особенности управления некоммерческими проектами.
10. Причины внедрения системы управления проектами в организации. Информационная система управления проектами.
11. Организационные изменения при внедрении системы управления проектами и их характеристика.
12. Этапы внедрения системы управления проектами в организации.

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

- 1 Проектный анализ.
- 2 Оценка жизнеспособности и финансовой реализуемости проекта
- 3 Организационная структура и система взаимоотношений участников проекта.
- 4 Организационная структура и содержание проекта
- 5 Современные методы и средства организационного моделирования проектов.
- 6 Организация офиса проекта. Понятие «офис проекта».
- 7 Основные принципы проектирования и состав офиса проекта
- 8 Проектное финансирование.
- 9 Организация проектного финансирования.
- 10 Маркетинг проекта.
- 11 Современная концепция маркетинга в управлении проектами.
- 12 Разработка маркетинговой стратегии проекта.
- 13 Программа маркетинга проекта.
- 14 Реализация маркетинга проекта.
- 15 График осуществления проекта, способы его построения и контроль его соблюдения.
- 16 Координация действий исполнителей проекта.
- 17 Методы определения необходимых объемов времени.
- 18 Резервы экономии времени.
- 19 Основные методы информационного обеспечения выполнения проекта.
- 20 Организация выполнения работ по проекту.
- 21 Контроль выполнения проекта.
- 22 Управление изменениями в ходе работ по проекту.
- 23 Управление кризисными ситуациями в проекте.
- 24 Использование компьютерных систем и сетей для эффективного исполнения проекта.
- 25 Программное обеспечение издательского проекта.

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

*Студенты выбирают один из вариантов тренингового задания, готовят тренинг по руководством преподавателя в течение изучения дисциплины. Требования: представить документированное описание тренинга, включающее цели, задачи, методы работы, сценарий, роли, упражнения, тайм-менеджмент. На основе разработанной документации студенты проводят тренинг студенческой группе.*

Задание 1. Тренинг по составлению процессов управления проектами в коммерческой организации.  
Задание 2. Тренинг по внедрению проектного менеджмента в структуру организации.

## **2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации**

### **2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Целеполагание проекта
2. Smart-требования и матрица технологичности /целеполагания.
3. Выявление "боли" заказчика и удовлетворение потребности
4. Идентификация ЦА рынка
5. Ограничения и допущения проекта
6. Матрица приоритетов
7. Формулировка "критериев успешности" и типа проекта.
8. Структура длительности проектного цикла и организации выполнения работ
9. Определение проектной идеи / бизнес-идеи.
10. Структурирование идеи
11. Составление "Устава проекта"
12. План управления интеграцией проекта
13. Общеконтекстуальные структурирование идеи
14. Управление рисками проекта и отношениями со стейкхолдерами проекта.
15. Количественный и качественный анализ рисков, включая матрицу рисков и пузырьковую диаграмму рисков портфеля проектов.
16. Сбор требований стейкхолдеров
17. Матрица стейкхолдеров
18. Разработка кастомных стратегий реагирования и взаимодействия.
19. План управления стейкхолдерами
20. Организационно-технологическая модель проекта
21. Диаграмма по ключевым точкам
22. План по вехам
23. Диаграмма предшествования.
24. Устный опрос, работа в Интернете, разбор
25. Дорожная карта проекта.
26. Расчёт сетевых графиков, СРМ.
27. Метод PERT.
28. Диаграмма Гантта.
29. Составление расписаний проекта
30. Методы оптимизации расписания 1
31. Планы для управления проектом
32. Источники финансирования.
33. Приведенная стоимость и структура Cash Flow.
34. "Метод освоенного объема"
35. Расчёт сметной стоимости проекта и доходов от реализации
36. Формирование бюджета проекта
37. Инвестиционная привлекательность проекта: IRR, NPV и пр.
38. Постпроектная оценка эффективности проекта
39. Нетрадиционные виды проектов и программ.
40. Итеративно-инкрементальные жизненные циклы проекта.
41. Система управления проектами – основные понятия и определения
42. Проектный офис

### **3. Описание системы оценивания, шкала оценивания**

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

<b>Перечень оценочных средств для текущего контроля</b>	<b>Показатели и критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)</b>
Устный опрос	Соответствие ответа вопросу, полнота информации в ответе.
Тренинг	Презентация по итогам проведения тренинга 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).
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров

### 3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля

<b>Компонент компетенции (с указанием кода)</b>	<b>Индикаторы достижения компетенций</b>	<b>Критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)</b>
ПК-7.1: Владеет законодательством Российской Федерации о рекламе, методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм, техническими средствами телерадиовещания, передовым отечественным и зарубежным опытом производства и продвижения продукции телерадиовещания	Студент определяет сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм	Студент эффективно осуществляет рекламные кампании.
ПК-7.2: Выполняет функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, созданию презентационного/рекламного материала, организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса.	Студент формирует рекомендации для создания промороликов	Студент эффективно и реализует разрабатывает маркетинговые планов продвижения продукции

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

Согласно приказу №306 от 06.09.2019г «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся» в институте установлена следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Количество баллов	Экзаменационная оценка	
	прописью	буквой
96 – 100	отлично	A
86-95	отлично	B
71 – 85	хорошо	C
61 – 70	хорошо	D
51 – 60	удовлетворительно	E
0 – 50	неудовлетворительно	EX