

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.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере»

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-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. Методология проектного управления в медиасфере.

1. Сущность и содержание понятий «проект» и «управление проектом».
2. Содержание методов и методик проектного управления и возможности их применения в медиасфере. Последовательность этапов проектной деятельности в медиасфере.
3. Специфика проектов в медиасфере.

Тема 2. Медийный проект как объект управления

1. Медийный проект – специфическая форма организации творческой деятельности в медиапространстве.
2. Существенные характеристики и особенности медиапроекта.
3. Уникальность медийного проекта.

4. Авторские проекты как тренд современного медиaprостранства.
5. Классификация медийных проектов, форматы и типы проектов: информационный, развлекательный, исследовательский, творческий, культурологический и др.
6. Особенности медиапроектов в зависимости от вида СМИ: газета, журнал, информационное агентство, телевидение, радиовещание, веб-ресурс.
7. Специфика мульти-, кросс- и трансмедийных проектов.
8. Взаимодействие медиапроекта с современной высокотехнологичной внешней средой.

Тема 3. Планирование и реализация проектов в медиасфере

1. Планирование медиапроекта. План реализации медиапроекта.
2. Процессы и процедуры планирования и реализации медиапроекта. Возможные ошибки структуризации медиапроекта.
3. Планирование медиапродукта и медиапроекта.
4. Система маркетинговых коммуникаций.
5. Этапы планирования рекламной кампании медиапроекта: анализ рыночной ситуации, маркетинговые исследования; постановка цели и определение бюджета; выбор целевой аудитории и методов воздействия на нее; позиционирование товара или услуги.
6. Этапы проведения рекламной кампании медиапроекта: выбор рекламного агентства, проведение тендера, написание креативного брифа; разработка творческой идеи и ее тестирование; создание плана интегрированных маркетинговых коммуникаций: СМИ и тактика работы с ними.
7. Анализ проведенной рекламной кампании медиапроекта с целью повышения эффективности дальнейшего взаимодействия.

Тема 4. Инструменты и технологии управления проектами в медиасфере

1. Целеполагание в проекте: определение темы, анализ проблемы, выдвижение гипотез.
2. Основные характеристики целей медиапроекта.
3. Метод целеполагания SMART. Метод LogFrame.
4. Структурные элементы логической матрицы медиапроекта.
5. Интегральные направления управленческой деятельности (подсистемы управления медиапроектом) как основа целеполагания.
6. Аналитические методы в целеполагании медиапроекта.

Тема 5. Процессы управления медиапроектом.

1. Основные и вспомогательные процессы управления медиапроектами.
2. Структурные элементы и подпроцессы в управлении медиапроектами. Научное обоснование идеи и темы проекта, приемов их актуализации.
3. Сущность и методы планирования проекта. Организационная структура и содержание проекта.
4. Структура разделения работ. Управление временем проекта: определение состава и взаимосвязи работ проекта. Диаграмма Гантта.
5. Основные понятия и принципы управления стоимостью проекта.

Тема 6. Управление персоналом и коммуникациями в медиапроектной деятельности.

1. Команда управления проектом.
2. Процессы управления человеческими ресурсами проектов.
3. Планирование человеческих ресурсов медиапроекта. Набор команды медиапроекта.
4. Развитие команды медиапроекта. Управление командой медиапроекта.
5. Иерархические организационные структуры управления персоналом медиапроекта.

Тема 7. Анализ и управление рисками проекта в медиасфере.

1. Риск проекта. Событие риска. Вероятность возникновения риска.
2. Управленческий резерв.
3. Планирование реагирования на риски.
4. Методы управления проектными рисками.
5. Оценка рисков медиапроекта.

Тема 8. Финансирование проектной деятельности в медиасфере.

1. Процесс финансирования реализации медиапроектов.
2. Инструменты финансирования медиапроектов.
3. Критерии принятия решения о выборе инструментов финансирования медиапроекта.
4. Особенности проектного финансирования в медиасфере.

Тема 9. Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта

1. Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта.
2. Качественные и количественные показатели коммуникационной эффективности.
3. Распознаваемость. Запоминаемость. Притягательность. Агитационная сила. Рейтинг.

4. Доля охвата аудитории.
5. Проблемное поле коммуникационной эффективности медиапроекта и его современные возможности..

Тема 10. Социальная эффективность продвижения медиапроекта.

1. Социальная эффективность продвижения медиапроекта. Критерии социальной эффективности медиапроекта.
2. Методы оценки социальной эффективности медиапроекта.
3. Процедура оценки социальной эффективности медиапроекта.

Тема 11. Менеджмент контента медийного проекта.

1. Эффективный менеджмент контента медийного проекта.
2. Дизайн медиапроекта и выбор специальных средств рационально-эмоционального воздействия на аудиторию.
3. Управление жизненным циклом проекта.
4. Завершение проекта.

Тема 12. Маркетинг в структуре управления медиапроектом..

1. Маркетинговые исследования в проектном менеджменте.
2. Управление маркетингом в рамках менеджмента проектов.
3. Разработка маркетинговой стратегии проекта и программа маркетинга.
4. Бюджет маркетинга проекта и его реализация.
5. Анализ и систематизация данных о проекте, целевой аудитории и состоянии внешней среды.
6. Узнавание, напоминание и адресность проекта как составляющие его рекламной и PR-кампаний.
7. Вовлечение аудитории в процесс реализации медиапроекта, наиболее эффективные формы коммуникации для установления и поддержания обратной связи.
8. Цифровые и мобильные технологии как инструмент создания и канал продвижения медийного проекта.

2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса

1. Определение и признаки проекта.
2. Проектный менеджмент.
3. Медиапроекты.
4. Профессиональные ассоциации.
5. Международные системы стандартов в области управления проектами. Стандарты PMI и IPMA.
6. Водопадный (каскадный) подход в управлении проектами, гибкие методики.
7. Понятие управления сроками проекта.
8. Методы критического пути (СРМ).
9. Диаграмма Ганта
10. Понятие управления рисками в проекте.
11. Разновидности рисков в проекте.
12. Методы определения и оценки рисков.
13. Способы реагирования на рискованные ситуации в проекте.
14. Понятие бизнес-модели проекта.
15. Способы монетизации. Выбор способа монетизации проекта.
16. Планирование медиапроектов.
17. Формирование команды медиапроекта
18. Управление конфликтами в команде медиапроекта.
19. Методы мотивации команды медиапроекта.
20. Риски медиапроектирования.
21. Алгоритм идентификации рисков медиапроекта.
22. Анализ и оценка рисков медиапроекта
23. Стратегии минимизации и управления рисками медиапроектов.
24. Контроль и управление изменениями медиапроекта.
25. Мониторинг выполнения проектного плана в медиапроекте.
26. Контроль качества работ в медиапроекте.
27. Оценка результатов и достижение целей в медиапроекте
28. Методы и инструменты для составления отчетов и анализа эффективности медиапроекта.
29. Стейкхолдеры в медиапроекте.
30. Учет интересов стейкхолдеров в управлении медиапроектом.
31. Управление коммуникациями в медиапроекте.

2.1.3 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Направления дискуссий.

1. Предпосылки возникновения технологии менеджмента проектов.
2. Эволюция развития методов управления проектами.
3. Понятие и сущность проекта, управления проектом. Базовые определения управления проектами.
4. Специфические признаки проекта, отличия проекта от программы.
5. Взаимосвязь управления проектами с управлением инвестициями, а также другими отраслями менеджмента.
6. Цель, основные задачи медиапроекта и стратегии его реализации.
7. Особенности жизненного цикла медийного проекта.
8. Медийный проект – специфическая форма организации творческой деятельности в медиaprостранстве.
9. Существенные характеристики и особенности медиапроекта.
10. Уникальность медийного проекта. Авторские проекты как тренд современного медиaprостранства..
11. Взаимодействие медиапроекта с современной высокотехнологичной внешней средой.
12. Анализ и систематизация данных о проекте, целевой аудитории и состоянии внешней среды.
13. Цифровые и мобильные технологии как инструмент создания и канал продвижения медийного проекта.
14. Вовлечение аудитории в процесс реализации медиапроекта, наиболее эффективные формы коммуникации для установления и поддержания обратной связи.
15. Узнавание, напоминание и адресность проекта как составляющие его рекламной и PR-кампаний.

2.1.4 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Тематика дискуссий.

- 1 Анализ особенностей и требований медиапроектов.
- 2 Методы и подходы к управлению медиапроектами.
- 3 Разработка эффективного проектного плана для медиапроекта.
- 4 Определение целей и задач медиапроекта.
- 5 Распределение ресурсов в медиапроекте.
- 6 Организация работы команды медиапроекта: роли, ответственности и коммуникация.
- 7 Управление конфликтами в команде медиапроекта.
- 8 Мотивация команды медиапроекта.
- 9 Идентификация рисков в медиапроекте.
- 10 Анализ и оценка рисков в медиапроекте.
- 11 Стратегии минимизации и управления рисками в медиапроекте.
- 12 Управление изменениями в медиапроекте.
- 13 Контроль выполнения проектного плана в медиапроекте.
- 14 Контроль качества работ в медиапроекте.
- 15 Оценка результатов и достижение целей в медиапроекте.
- 16 Ключевые показатели эффективности медиапроекта.
- 17 Составление отчетов о выполнении медиапроекта.
- 18 Анализ эффективности и успешности медиапроекта.
- 19 Роль стейкхолдеров в медиапроекте и их взаимодействие.
- 20 Управление коммуникациями с заинтересованными сторонами в медиапроекте
- 21 Роль управления коммуникациями в медиапроектах.
- 22 Преимущества использования методов и подходов в управлении медиапроектами.
- 23 Стратегии минимизации рисков в медиапроектах.
- 24 Влияние изменений на успех медиапроекта.
- 25 Применение инструментов мониторинга и контроля в медиапроектах.
- 26 Значение качества работ в медиапроектах и методы его контроля.
- 27 Факторы влияния на достижение целей в медиапроектах.
- 28 Анализ эффективности медиапроектов на основе ключевых показателей.
- 29 Влияние командной работы на успешность медиапроекта.
- 30 Роль рисков в управлении проектами в сфере медиа.
- 31 Взаимодействие стейкхолдеров и их влияние на медиапроекты.
- 32 Эффективное использование коммуникации для управления медиапроектами.
- 33 Инновационные методы и технологии в управлении медиапроектами.
- 34 Баланс между качеством и сроками в медиапроектах

2.1.5 Проектные задания по вопросам для текущего контроля

Студенту необходимо выбрать 3 проектных задания, выполнить их в течение изучения дисциплины и провести публичную презентацию результатов в рамках практических занятий.

Задание 1. Разработать концепцию проекта и построить дерево целей в виде диаграммы.

Задание 2. Создать расчет сетевого графика медийного проекта с помощью метода PERT/SMART в виде таблицы.

Задание 3. Создать матрицу ответственности команды проекта.

Задание 4. Разработать матрицу процессов и подпроцессов медиапроекта с обозначением необходимых ресурсов.

Задание 5. Разработать и обосновать контент-план авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

Задание 6. Сформулировать идею коммерческого или социального онлайн медиапроекта, описать концепцию, формат проекта и сроки реализации. Провести маркетинговый анализ проекта, определить ЦА и охват проекта. Составить календарный план реализации проекта.

2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Сущность и содержание понятий «проект» и «управление проектом».
2. Содержание методов и методик проектного управления и возможности их применения в медиасфере.
3. Классификация медийных проектов, форматы и типы проектов: информационный, развлекательный, исследовательский, творческий, культурологический и др.
4. Особенности медиапроектов в зависимости от вида СМИ: газета, журнал, информационное агентство, телевидение, радиовещание, веб-ресурс.
5. Планирование медиапроекта. План реализации медиапроекта.
6. Процессы и процедуры планирования и реализации медиапроекта.
7. Возможные ошибки структуризации медиапроекта.
8. Целеполагание в проекте: определение темы, анализ проблемы, выдвижение гипотез.
9. Основные характеристики целей медиапроекта
10. Основные и вспомогательные процессы управления медиапроектами. Структурные элементы и подпроцессы в управлении медиапроектами.
11. Научное обоснование идеи и темы проекта, приемов их актуализации.
12. Сущность и методы планирования проекта.
13. Организационная структура и содержание проекта.
14. Основные этапы планирования онлайн-медиапроекта.
15. Команда управления проектом.
16. Процессы управления человеческими ресурсами проектов..
17. Методы управления проектными рисками.
18. Оценка рисков медиапроекта.
19. Процесс финансирования реализации медиапроектов.
20. Инструменты финансирования медиапроектов.
21. Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта.
22. Качественные и количественные показатели коммуникационной эффективности..
23. Процедура оценки социальной эффективности медиапроекта.
24. Управление маркетингом в рамках менеджмента проектов.
25. Эффективный менеджмент контента медийного проекта

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

3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля

Компонент компетенции (с указанием кода)	Индикаторы достижения компетенций	Критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)
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 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	Студент 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 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	Студент размещает 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
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	Студент выполняет функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке	Студент определяет производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта

<p>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>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>	
---	---	--

3.3 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»