

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 15:45:35
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.11 Управление проектами в рекламе и связях с общественностью (индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в государственных и негосударственных организациях (наименование образовательной программы)

очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Сосновская Анна Михайловна, д.п.н., доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций, ФСТ СЗИУ РАНХиГС

Заведующий кафедрой:

Ким Максим Николаевич, д.ф.н., доцент, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций, ФСТ СЗИУ РАНХиГС

Рабочая программа дисциплины Б1.В.11 Управление проектами в рекламе и связях с общественностью одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций, ФСТ СЗИУ РАНХиГС.

протокол № 4 от «9» апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся
6. Формы промежуточной аттестации по дисциплине, типы оценочных материалов, показатели, критерии, шкалы оценивания
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.11 Управление проектами в рекламе и связях с общественностью обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
ОТФ:	ПК-5	способен	ПК-5.2.	Анализирует	ПК-5.2. 3-2. Принципы

<p>контроль и оценка эффективности и результатов продвижения продукции СМИ (535, код В/04.6)</p>		<p>проконтролировать продвижение продукции любых СМИ и оценить эффективность результатов продвижения продукции в интересах государственных и негосударственных организаций</p>		<p>эффективность продвижения продукции любых СМИ; разрабатывает предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции любых СМИ</p>	<p>построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ ПК-5.2. У-2. Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа ПК-5.2. У-3. Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПК-5.2. У-4. Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных</p>
--	--	--	--	---	--

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2.

3. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем: 5 зачетных единиц (180 акад. часов / 135 астрон. часов)

Контактная работа: 40 акад. часов (Лекции – 20, Практические занятия – 20, Консультации – 2)

Самостоятельная работа: 102 акад. часов

Промежуточная аттестация: 36 акад. часов (экзамен + курсовая работа)

Место в структуре ОП: Вариативная часть (7 семестр). Предшествующие дисциплины: «Основы теории коммуникации», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга».

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	Объем дисциплины, ак.час			Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
		ВСЕГО	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			Самостоятельная работа
			Период теоретического обучения	Период промежуточной		

							аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Предметная область управления проектами	18	2		4								12	УО	
Тема 2	Организационное управление проектом в рекламе и PR	18	2		4								12	Д	
Тема 3	Разработка концепции и планирование проекта	20	4		4								12	УО	
Тема 4	Технология проектной деятельности и в рекламе	18	2		4								12	Д	

	и PR													
Тема 5	Технико-экономическое обоснование и оценка эффективности	20	2			4							14	Д
Тема 6	Event-мероприятие как инструмент рекламы и PR	20	2			4							14	УО
Тема 7	Формат мероприятий для прессы	20	2			4							14	УО
Тема 8	Разновидности event-мероприятий	20	4			2							14	
Тема 9	Юридическая поддержка и безопасность event-мероприятий	20	4			2							14	КР, Д

	й													
Промежуточная аттестация		42							2					экзамен
Итого		216	24			32				13	9	18	118	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Д – доклад.

УО – устный опрос.

Т – тестирование

КР – курсовая работа.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Предметная область управления проектами. ПК-5.2
История возникновения проектного подхода. Сущность категории «управление проектами». Виды и типы проектов. Признаки проекта. Цели, задачи управления проектами. Проект как объект управления. Приложения проектного менеджмента в области рекламы и связей с общественностью. Рекламные и PR-проекты в сфере B2B, B2C, BTL. Медийные, Интернет и событийные проекты.

Тема 2. Организационное управление проектом в области рекламы и связей с общественностью. ПК-5.2 Организационные структуры управления проектами. Особенности реализации проекта в функциональных, матричных, проектных организациях. Структура PR-агентств. Особенности формирования проектной команды. Квалификационные требования к персоналу. Менеджер проекта: подбор и аттестация. Управление конфликтами. Роль стейкхолдеров. Построение матрицы ответственности..

Тема 3. Разработка концепции и планирование проекта. ПК-5.2
Проектный и инвестиционный замысел. Маркетинговые исследования в структуре формирования концепции. Выделение целевых аудиторий. Техники креативности. Инструменты процесса принятия решения: мозговой штурм, фокус-группы. Анализ практической ценности (scoring-метод). Этапы планирования. Структуризация проекта. Дерево целей. Структура декомпозиции работ (WBS). Сетевые модели проектов. Календарно-сетевое планирование.

Тема 4. Технология проектной деятельности. ПК-5.2 Жизненный цикл проекта. Основные этапы проекта в рекламе и PR. Управление интеграцией, временем, стоимостью, обеспечением, качеством. Ресурсная оптимизация. Управление рисками. Разработка стратегии реагирования. Документарное сопровождение проектов: коммерческое предложение, спонсорское предложение, план PR-кампании, сетевой график, медиа-план, технические задания.

Тема 5. Техничко-экономическое обоснование, финансирование и оценка эффективности. ПК-5.2 Задачи ТЭО проекта. Проектный анализ: технический, финансовый, коммерческий, экономический. Анализ и оценка рисков. Эффективность проекта, ее виды. Показатели для оценки эффективности рекламных и PR проектов. Источники и организационные формы финансирования. Оценка стоимости проекта. Контроль и регулирование работ. Организация мониторинга проекта. Аудит качества.

Тема 6. Event-мероприятие как инструмент рекламы и PR. ПК-5.2 Основные цели и социальные функции специальных мероприятий. Критерии определения события как «Event». Техники субъективного восприятия. Этапы жизненного цикла мероприятия (модель Дж. Голдблатта). Общие требования к подготовке. Технологии менеджмента кейтеринга. Техническое и IT-сопровождение: звуковое, световое, сценическое оборудование.

Тема 7. Формат мероприятий для прессы. ПК-5.2 Пресс-конференция, круглый стол, пресс-ланч, пресс-брифинг, пресс-тур. Роль модератора. Event в организации мероприятий для прессы. Параметры оценки эффективности мероприятий для прессы: количество аккредитованных СМИ, тональность вопросов, количество и качество вышедших материалов.

Тема 8. Разновидности event-мероприятий. ПК-5.2 Фестиваль как технология PR. Особенности спортивно-зрелищных PR-проектов. Корпоративные мероприятия как коммуникационный инструмент. Деловое мероприятие как PR-проект. Выставочные проекты, презентации, ярмарки. Арт-проекты. Источники финансирования: спонсоринг и фандрайзинг. Работа со спонсорами.

Тема 9. Юридическая поддержка и обеспечение безопасности. ПК-5.2 Нормативно-правовая база организации взаимодействия с административными органами и силовыми структурами. Порядок взаимодействия. Нормативно-правовая база организации коммерческих мероприятий. Порядок взаимодействия со спонсорами и субподрядчиками. Основные аспекты безопасности в зависимости от вида мероприятия. Службы, привлекаемые к обеспечению безопасности.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине *Б1.В.11 Управление проектами в рекламе и связях с общественностью* входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также

«ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно		Не зачтено	F

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. **Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам**

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.11 Управление проектами в рекламе и связях с общественностью используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

доклад, устный опрос, курсовая работа.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Вопросы для устного опроса:

1. История возникновения проектного подхода.
2. Виды и типы проектов.
3. Признаки проекта.

Тема 3. Примерные темы для докладов:

1. Рекламные и PR-проекты в сфере B2B.
2. Менеджер проекта: подбор и аттестация по ключевым компетенциям.
3. Управление конфликтами в проекте в области рекламы и PR.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,20	20
КТ 2	100	0,20	20
КТ 3	100	0,20	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ

и типовые оценочные материалы:

КТ – 1. (Темы 1-3)

Форма: Доклад

Тематика докладов:

История возникновения проектного подхода и его эволюция в рекламе и PR

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации

Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

КТ – 2.

(Темы 4-6)

Форма: Курсовая работа (Компетентностно-ориентированное задание как разработка проекта к курсовой работе).

Задание: Разработка проекта ПР или рекламной кампании (в определенной области по выбору).

Критерии оценивания:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Соответствие цели задания	0-30	Проект полностью соответствует поставленной цели, охватывает все этапы.
Практическая значимость	0-50	Предложенные решения реалистичны, применимы на практике и обоснованы.
Оформление и структура	0-20	Работа структурирована логично, содержит все необходимые разделы (концепция, план, СРР, бюджет, риски).
Итого максимально:	100	

КТ – 3.

(Темы 7-9)

Форма: опрос в виде тестирования.

Задание: Тест из 20 вопросов закрытого и комбинированного типа по темам 7-9.

Темы: 7. Формат мероприятий для прессы; 8. Разновидности event-мероприятий; 9. Юридическая поддержка и обеспечение безопасности

Инструкция. Внимательно прочитайте вопросы и задания. Для вопросов закрытого типа выберите один или несколько правильных вариантов ответа. Для вопросов комбинированного типа выберите правильный вариант и напишите краткое обоснование вашего выбора.

Часть 1: Вопросы закрытого типа

1. Какой из перечисленных форматов мероприятий для прессы предполагает краткое, сжатое изложение информации без развернутой дискуссии? а) Пресс-конференция б) Круглый стол в) Пресс-брифинг г) Пресс-тур

2. Установите соответствие между форматом мероприятия и его ключевой характеристикой:

Формат мероприятия	Характеристика
1. Пресс-ланч	А. Организация поездки журналистов на значимый объект (производство, стройка)
2. Пресс-тур	Б. Встреча с представителями СМИ в неформальной обстановке за едой
3. Дни открытых дверей	В. Организация доступа широкого круга лиц (включая прессу) на территорию компании

Ответ запишите в виде комбинации цифр и букв, например: 1А, 2Б, 3В.

3. Какие из перечисленных параметров относятся к количественным показателям оценки эффективности мероприятия для прессы? а) Количество аккредитованных СМИ б) Тональность заданных вопросов в) Количество материалов, вышедших по итогам мероприятия г) Качество вышедших материалов (наличие ключевых сообщений) д) Количество обращений за комментариями после мероприятия

Часть 2: Вопросы комбинированного типа

1. Компания провела пресс-конференцию, на которую пришло мало журналистов, но вышедшие в итоге материалы были очень позитивными и размещены в ключевых отраслевых изданиях. Можно ли считать такое мероприятие успешным? Обоснуйте ответ. а) Да, так как качественные показатели важнее количественных. б) Нет, так как низкое посещение говорит

о провале организации. в) Да, если цель заключалась в работе с ключевыми СМИ, а не в массовом охвате. г) Нет, так как любой провал в организации негативно сказывается на имидже.

Обоснование.

2. Вы организуете крупный международный форум. Какие два источника финансирования будут наиболее релевантными для такого мероприятия? Выберите и обоснуйте.

а) Продажа билетов участникам б) Городской бюджет (грант) в) Волонтерский труд г) Спонсорство от крупных технологических компаний д) Сбор пожертвований

Обоснование

Критерии оценивания тестовых заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия	
85-100	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
65-84	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
55-64	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-54	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена (7 семестр) и защиты курсовой работы (7 семестр).

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

1. История возникновения проектного подхода.

2. Виды и типы проектов.
 3. Признаки проекта.
 4. Рекламные и PR-проекты в сфере B2B, B2C, BTL.
 5. Медийные, Интернет и событийные проекты
 6. Организационные структуры управления проектами в области рекламы и связей с общественностью.
 7. Особенности реализация проекта в функциональных, матричных, проектных организациях. Квалификационные требования к персоналу проекта.
 8. Роль стейкхолдеров в процессах организационного обеспечения проектов.
 9. Маркетинговые исследования в структуре формирования концепции рекламного и PR-проекта: внутренний и внешний анализ.
 10. Основные этапы и уровни планирования Структуризация проекта. Календарно-сетевое планирование.
 11. Жизненный цикл проекта.
 12. Задачи ТЭО проекта.
 13. Анализ и оценка рисков проекта.
 14. Источники и организационные формы финансирования рекламных и PR-проектов.
 15. Организация мониторинга проекта. Аудит качества.
 16. Критерии определения события как «Event».
 17. Этапы жизненного цикла мероприятия (модель Дж. Голдблатта).
 18. Общие требования к подготовке и организации специальных событий. Технологии менеджмента кейтеринга в кросс-культурных контактах.
 19. Техническое и IT-сопровождение мероприятия.
 20. Event в организации и проведения мероприятий для прессы.
 21. Фестиваль как технология связей с общественностью.
 22. Особенности спортивно-зрелищный PR-проектов.
 23. Корпоративные мероприятия – как коммуникационный инструмент сплочения коллектива. Деловое мероприятие как PR-проект.
 24. Использование художественных средств выразительности и сценарного мастерства в реализации мероприятий.
 25. Источники финансирования event/мероприятий. Особенности привлечения источников финансирования (спонсоринг и фандрайзинг).
 26. Нормативно-правовая база организации коммерческих мероприятий.
 27. Основные аспекты безопасности в зависимости от вида мероприятия
 28. Показатели оценки эффективности рекламных и PR проектов.
- Пример практического задания:** Обоснуйте общий план-проект рекламной кампании товара для животных (новая линейка кормов для собак).

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ												
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</p>	<p>1. Основной документ, который запускает PR-проект и содержит ключевые цели, задачи, целевую аудиторию и ожидаемые результаты, это: а) Медиаплан; б) Креативный бриф; в) Техническое задание (ТЗ)</p> <p>2. Какая методология управления проектами лучше всего подходит для проекта с быстро меняющимися требованиями и необходимостью гибкой реакции на обратную связь от клиента? а) Waterfall (Каскадная модель); б) Agile (Гибкая методология); в) г) Критический путь.</p>												
Задание закрытого типа на установление соответствия	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	<p>1. Установите соответствие между ролью в проектной команде и её основной зоной ответственности:</p> <table border="1" data-bbox="890 857 1481 1641"> <tr> <td data-bbox="890 857 1177 1025">Роль: 1) Менеджер проекта</td> <td data-bbox="1177 857 1481 1025">Зона ответственности: а) Разработка и защита креативной концепции, контроль качества креативов</td> </tr> <tr> <td data-bbox="890 1025 1177 1216">2) PR-специалист</td> <td data-bbox="1177 1025 1481 1216">Зона ответственности: б) Управление бюджетом, сроками и ресурсами проекта, решение рисков</td> </tr> <tr> <td data-bbox="890 1216 1177 1440">3) Креативный директор</td> <td data-bbox="1177 1216 1481 1440">Зона ответственности: в) Взаимодействие с клиентом, управление коммерческими аспектами сотрудничества</td> </tr> <tr> <td data-bbox="890 1440 1177 1641">4) Аккаунт-менеджер</td> <td data-bbox="1177 1440 1481 1641">Зона ответственности: г) Построение коммуникаций со СМИ, лидерами мнений, организация мероприятий</td> </tr> </table> <p>2. Установите соответствие между термином и его определением в управлении проектами:</p> <table border="1" data-bbox="890 1731 1481 2016"> <tr> <td data-bbox="890 1731 1201 1888">1. KPI (Key Performance Indicator)</td> <td data-bbox="1201 1731 1481 1888">Визуальное представление графика проекта, показывающее задачи и их временные рамки</td> </tr> <tr> <td data-bbox="890 1888 1201 2016">2. Стейкхолдер (Stakeholder)</td> <td data-bbox="1201 1888 1481 2016">Любое физическое или юридическое лицо, заинтересованное в</td> </tr> </table>	Роль: 1) Менеджер проекта	Зона ответственности: а) Разработка и защита креативной концепции, контроль качества креативов	2) PR-специалист	Зона ответственности: б) Управление бюджетом, сроками и ресурсами проекта, решение рисков	3) Креативный директор	Зона ответственности: в) Взаимодействие с клиентом, управление коммерческими аспектами сотрудничества	4) Аккаунт-менеджер	Зона ответственности: г) Построение коммуникаций со СМИ, лидерами мнений, организация мероприятий	1. KPI (Key Performance Indicator)	Визуальное представление графика проекта, показывающее задачи и их временные рамки	2. Стейкхолдер (Stakeholder)	Любое физическое или юридическое лицо, заинтересованное в
Роль: 1) Менеджер проекта	Зона ответственности: а) Разработка и защита креативной концепции, контроль качества креативов													
2) PR-специалист	Зона ответственности: б) Управление бюджетом, сроками и ресурсами проекта, решение рисков													
3) Креативный директор	Зона ответственности: в) Взаимодействие с клиентом, управление коммерческими аспектами сотрудничества													
4) Аккаунт-менеджер	Зона ответственности: г) Построение коммуникаций со СМИ, лидерами мнений, организация мероприятий													
1. KPI (Key Performance Indicator)	Визуальное представление графика проекта, показывающее задачи и их временные рамки													
2. Стейкхолдер (Stakeholder)	Любое физическое или юридическое лицо, заинтересованное в													

			проекте или на него влияющее
		3. Gantt-диаграмма	в) Количественный показатель, используемый для оценки эффективности достижения целей проекта
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>1. Какие из перечисленных элементов являются ключевыми при анализе целевой аудитории в рекламном проекте? (выберите все правильные ответы) а) Демографические данные (возраст, пол, доход); б) Психографические характеристики (ценности, стиль жизни); в) Медиапотребление (какие каналы предпочитает); г) Полный список сотрудников компании-клиента; д) Анализ креативов конкурентов.</p> <p>2. Какие риски наиболее характерны для проектов в сфере PR и рекламы? (выберите все правильные ответы) а) «Расползание» score (score creep); б) Негативная общественная реакция на кампанию; в) Срыв сроков из-за долгого согласования с клиентом; г) Изменение алгоритмов работы социальных сетей; д) Превышение бюджета на медийную закупку.</p>	
Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>1. Установите правильную последовательность этапов разработки и запуска рекламной кампании: а) Презентация и защита креативной концепции перед клиентом; б) Разработка и утверждение детального медиаплана и бюджета; в) Получение и согласование с клиентом творческого брифа; г) Производство рекламных материалов (съемки, дизайн, верстка); д) Запуск кампании в медиа и мониторинг результатов.</p> <p>2. Расположите действия менеджера PR-проекта в случае возникновения репутационного кризиса в логическом порядке (от первых действий к последующим): а) Разработка антикризисной коммуникационной стратегии и ключевых сообщений; б) Мониторинг информационного поля для оценки масштаба проблемы; в) Публикация официального заявления и взаимодействие со СМИ и аудиторией; г) Внутреннее информирование руководства и формирование кризисной команды; д) Анализ последствий и подготовка пост-аналитического отчета.</p>	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p>	<p>1. Прочитайте текст, выберите подходящий вариант ответа и обоснуйте его. Какой из инструментов управления проектами является НАИБОЛЕЕ эффективным для предотвращения «расползания» (score creep) задач на ранних этапах проекта? а) Ежедневные планерки; б) Детально прописанное и согласованное с клиентом Техническое Задание (ТЗ); в) Диаграмма Ганта; г) Проведение финального</p>	

	<p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>анализа проекта.</p> <p>2. Прочитайте текст, выберите подходящий вариант ответа и обоснуйте его. Успешное завершение проекта в рекламе и PR – это в первую очередь: а) Полное соответствие изначально утвержденному бюджету; б) Создание креатива, который получил награду на фестивале; в) Достижение измеримых бизнес-целей клиента (например, рост продаж или узнаваемости бренда); г) Соблюдение всех сроков, указанных в графике проекта.</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>1. Раскройте ключевые различия между каскадной (Waterfall) и гибкой (Agile) методологиями управления проектами. Приведите пример проекта в сфере рекламы, для которого каждая из этих методологий подошла бы лучше всего.</p> <p>2. Представьте, что вы – менеджер PR-проекта. Ваша компания запускает новый продукт, и ваша задача – разработать план запуска. Опишите ключевые разделы вашего проекта (цели, аудитория, каналы коммуникации, KPI, основные риски и способы их минимизации).</p>

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать	20-29

аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое

«конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут. Готовиться к устному опросу следует по списку основной и дополнительной литературы.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти

частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках

выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

Светлов, Н. М. Информационные технологии управления проектами / Н. М. Светлов, Г. Н. Светлова. – 2-е издание, переработанное. – Москва : Инфра-М, 2024. – 232 с. – ISBN 978-5-16-102040-1. – EDN UWPCAJ.

Балашов, А. И. Управление проектами: учебник для бакалавров / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко; под ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — Серия : Бакалавр. Базовый курс. ISBN 978-5-9916-3046-7

8.2. Дополнительная литература

Основы проектной деятельности : Учебно-методическое пособие. – Ижевск : Удмуртский государственный университет, 2024. – 77 с. – EDN BDJSIX.

Газизов, Т. Т. Анализ современных подходов к организации проектной деятельности / Т. Т. Газизов, А. О. Белоусов, А. В. Носов // Инженерное образование. – 2025. – № 37. – С. 6-17. – DOI 10.54835/18102883_2025_37_1. – EDN QWDUNC.

Мереди́т Джек Р. Управление проектами [Электронный ресурс] / Дж. Мереди́т, С. Мантел (мл.). – СПб. [и др.]: Питер, 2012. – idp.nwipr.ru:2228/reading.php?productid=342035

Управление проектами [Текст]: учеб. пособие / Л.А. Загеева, Е.С. Маркова. — Липецк: Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2019.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ)

Трудовой кодекс Российской Федерации (ТК РФ)

ГОСТ Р ИСО 21500-2014 «Руководство по проектному менеджменту»

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»

8.4. Интернет-ресурсы

<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://www.biblio-online.ru/>

<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://iprbookshop.ru/>

<http://www.consultant.ru/>

<http://www.biblioclub.ru/>

5. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудитории:

- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:

- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:

- пакет Microsoft Office