

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования
ФИО: Сухомлинов Павел Иванович
ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА»
Должность: ректор
Дата подписания: 06.12.2022 13:17:59
Уникальный программный ключ:
90b04a8fcdf24f39034a47d003e725667d57043e870b41a3cee22df0848bbe2c



ПРИЛОЖЕНИЕ 1 К ООП

УТВЕРЖДЕНО УЧЕНЫМ СОВЕТОМ ИСИ В СОСТАВЕ ООП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫМИ И ТЕЛЕВИЗИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

Образовательная программа
«Телерадиожурналистика»

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Уровень высшего образования
Бакалавриат



Разработчики:

Лебедева Елена Геннадиевна, к.ф.н., доцент кафедры Журналистики и массовых коммуникаций

© Лебедева Елена Геннадиевна

© АНО ВО «Институт современного искусства»



АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.ДВ.05.01 УПРАВЛЕНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫМИ И РЕКЛАМНЫМИ ПРОЕКТАМИ

Цели:	Сформировать у обучаемых комплекса знаний, умений и навыков, позволяющих участвовать в управлении телевизионными и рекламными программами, обеспечивая достижение определенных результатов по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству и удовлетворению участников.
Задачи:	ознакомление с основными понятиями и категориями, применяемыми в управлении проектами в сфере телевидения и рекламы; анализ основных классификаций, целей, стратегий, параметров проектов и их окружения, методов управления проектами; изучение целей, фаз и структуры проектов; планирование потребности в использовании ресурсов; проведение проектного анализа, экспертизы проектов; исследование методов и приемов управления проектами; изучение организационных форм управления проектами; организация системы много проектного управления; оценка эффективности и обеспечение прибыльности проекта через определенный период (для ТВ – доля/рейтинг; для рекламы – увеличение продаж, продвижение товара/продукта); поиск способов, средств и резервов максимального повышения эффективности проектов .
Компетенции формируемые в результате изучения дисциплины:	обучающегося, ОПК-7; ПК -2

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Знать:	– цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
Уметь:	– осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации, следуя принципам социальной ответственности
Владеть:	– навыками осуществления профессиональной деятельности в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналист



ПК-2	Способен осуществлять работу по подготовке и проведению выпуска программы, вести организационную работу в СМИ, работать в команде, участвовать в управлении творческим и техническим коллективом редакции, теле- или радиоканала.
Знать:	Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации Авторское право и трудовое законодательство Российской Федерации Постановления, распоряжения, приказы и прочие нормативные документы органов, регламентирующих деятельность телевидения Специфика информационной работы, Технические средства и технология создания телепрограмм Риторика и ораторское искусство, Грамматика и стилистика русского языка, Фонетика и акустика, техника речи; нормы современного литературного произношения Важнейшие научные, культурные, экономические и общественно-политические события в стране и мире
Уметь:	Создавать образ, соответствующий требованиям канала/программы, работать в кадре и с суфлером Удерживать внимание зрителя на требуемом аспекте проблемы, темы, предмете, человеке Разносторонне использовать коммуникативные навыки, вести полемику в формате телепередачи Использовать технику для озвучивания материала Проводить студийные и внестудийные телевизионные программы
Владеть:	Подготовка к проведению интервью Подготовка к ток-шоу, круглым столам или теледебатам, выпускам новостей Поиск, подбор будущих участников программы, выстраивание контактов с ними Проведение репетиции, записи программ, Обработка/редактирование информации, поступающей от ньюсмейкеров и корреспондентов Выполнение функций корреспондента средства массовой информации (СМИ), в том числе выезд в командировки по заданию редакции

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ООП	Б1.В.ДВ.05.01
-------------------	----------------------

Требования к предварительной подготовке обучающегося:



1.1. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и компетенции, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Основы теории журналистики (ОПК-1; ОПК-3)
- Основы теории литературы (ОК-3; ОПК-4; ОПК-5)
- Тележурналистика (ОПК-1; ОПК-3; ОПК-6; ОПК-15; ПК-1; ПК-7)
- Стилистика и литературное редактирование (ОПК-16; ОПК-17; ПК-3)
- Литературная работа журналиста (ОПК-16; ОПК-17; ПК-3)

1.2. Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо, как предшествующее:

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и компетенции, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Креативные технологии журналистики (ОПК-14; ПК-1; ПК-2)
- Профессионально-творческий практикум (ОПК-3; ОПК-12; ОПК-15; ПК-2)
- Практика по получению профессиональных знаний и опыта профессиональной деятельности (ОПК-1 – ОПК-22; ПК-1 – ПК-3; ПК-5; ПК-7)
- Преддипломная практика (ОПК-12; ОПК-14; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-7)

2. ОБЛАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает решение профессиональных задач в средствах массовой информации и в смежных информационно-коммуникационных сферах.

3. ОБЪЕКТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются: массовая информация, передаваемая по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другим медиа, адресованная различным аудиторным группам.

4. ВИД ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программы бакалавриата

- журналистская авторская;
- редакторская;
- организационно-управленческая;
- производственно-технологическая

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся



5.1. Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет **2** зачетных единиц (ЗЕ), **72** академических часа.

5.2. Объём дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в часах):

Вид учебной работы	Кол-во академических часов по формам обучения		
	очная	очно-заочная	заочная
Общая трудоемкость дисциплины	72	-	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), ВСЕГО:	32		10
Лекции (Л)	16		4
Семинары (С), Практические занятия (ПЗ)	16		6
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)	40		58
Форма промежуточной аттестации			
Экзамен (Э)			
Зачет (З)	6 семестр		8 семестр
Дифференцированный зачет (ДЗ)			

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием для каждой темы: номера семестра учебного плана (УП); количества академических часов, отведенного на её изучение с распределением по видам учебных занятий и форм текущего контроля успеваемости.

Для очной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости
№ п/п	Наименование разделов (тем)	№ сем УП	Объем в часах (всего)	Л	ПЗ, С	СРС	
1.	Тема 1. Введение в дисциплину «Управление телевизионными и рекламными проектами»	6	5	1	2	2	Опрос
2.	Тема 2. Особенности проектного управления	6	5	1	2	2	Опрос



3.	Тема 3. Телевизионные проекты: классификация и специфика	6	8	1	3	4	Реферат
4.	Тема 4. Рекламные проекты: классификация и специфика	6	8	1	3	4	Реферат
5.	Тема 5. Разработка проектной документации, составление бюджета и творческой концепции	6	8	2	2	4	Опрос, коллоквиум
6.	Тема 6. Продвижение проекта на рынке: основные технологии	6	7	1	2	4	Опрос
7.	Тема 7. Контроль проекта. Мониторинг работ. Анализ результатов по проекту	6	8	2	2	4	Опрос
8.	Тема 8. Завершение проекта	6	7	1	2	4	Опрос
9.	Тема 9. Проектирование телевизионных программ	6	8	2	2	4	Опрос
10.	Тема 10. Проектирование рекламных проектов/рекламных кампаний	6	8	2	2	4	Опрос
11.	Зачет						X

Для заочной формы обучения				Трудоемкость в часах			Формы текущего контроля успеваемости и
№ п/п	Наименование разделов (тем)	№ сем УП	Объем в часах (всего)	Л	ПЗ, С	СРС	
1.	Тема 1. Введение в дисциплину «Управление телевизионными и рекламными проектами»	8	5	1	-	4	Опрос
2.	Тема 2. Особенности проектного управления	8	8	-	2	6	Опрос
3.	Тема 3. Телевизионные проекты: классификация и специфика	8	7	1	-	6	Реферат
4.	Тема 4. Рекламные проекты: классификация и специфика	8	7	1	-	6	Реферат
5.	Тема 5. Разработка проектной документации, составление	8	9	1	2	6	Опрос



	бюджета и творческой концепции						
6.	Тема 6. Продвижение проекта на рынке: основные технологии	8	6	-	-	6	Опрос
7.	Тема 7. Контроль проекта. Мониторинг работ. Анализ результатов по проекту	8	6	-	-	6	Опрос
8.	Тема 8. Завершение проекта	8	6	-	-	6	Опрос
9.	Тема 9. Проектирование телевизионных программ	8	7	-	1	6	Опрос
10.	Тема 10. Проектирование рекламных проектов/рекламных кампаний	8	7	-	1	6	Опрос
11.	Зачет		4				

6.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Краткое содержание
1.	Тема 1. Введение в дисциплину «Управление телевизионными и рекламными проектами»	Предмет курса «Управление проектами в сфере культуры». Цель курса. Источники курса и их краткая характеристика. Задачи курса. Логика изложения материала. Контрольные точки курса.
2.	Тема 2. Особенности проектного управления	Основные этапы управления проектами. Виды планирования проектной деятельности.
3.	Тема 3. Телевизионные проекты: классификация и специфика	Жизненный цикл ТВ-проекта.. Стратегия управления ресурсами проекта. Основные проблемы проектного менеджера. Главный принцип управления проектами и возможности отклонения от него. Классификация и специфика ТВ-проектов
4.	Тема 4. Рекламные проекты: классификация и специфика	Классификация и специфика рекламных проектов, рекламных кампания. Жизненный цикл рекламных проектов. Главный принцип управления проектами и возможности отклонения от него.
5.	Тема 5. Разработка проектной документации, составление бюджета и творческой концепции	Проектный учет и отчетность. Детальное планирование и документирование плана проекта в сфере телевидения и рекламы. Принципы составления бюджета и творческой концепции
6.	Тема 6. Продвижение проекта на рынке: основные технологии	Продвижение проекта с использованием различных маркетинговых инструментов. Маркетинговые инструменты в управлении проектами.



7.	Тема 7. Контроль проекта. Мониторинг работ. Анализ результатов по проекту	Цели и содержание контроля проекта. Система контроля проекта. Требования к системе контроля. Условия эффективной системы контроля проекта. Принципы построения эффективной системы контроля проекта. Процессы контроля (основные и вспомогательные) Мониторинг работ и анализ результатов по проекту.
8.	Тема 8. Завершение проекта	Процедуры завершения телевизионного или рекламного проекта. Закрытие контрактов и договоров. Выход из проекта. Правила «хорошего тона». Прием работ от подрядчиков. Подписание акта выполненных работ.
9.	Тема 9. Проектирование телевизионных программ	Сущность и содержание телевизионных программ. Методика их подготовки и проведения: определение сверхзадачи; написание сценарной заявки, сценарного плана, технического сценария, плана подготовки проекта, сметы; подготовка ресурсной базы и реквизита; подбор и переговоры с артистами и исполнителями; подбор, монтаж художественного и документального материала; репетиционно-постановочная работа; организация, обеспечение и проведение мероприятия, закрытие проекта.
10.	Тема 10. Проектирование рекламных проектов/рекламных кампаний	Сущность и содержание рекламных мероприятий/проектов/кампаний. Методика их подготовки и проведения в учреждении культуры: определение сверхзадачи; написание сценарной заявки, сценарного плана, технического сценария, плана подготовки проекта, сметы; подготовка ресурсной базы и реквизита; подбор и переговоры с артистами и исполнителями; подбор, монтаж художественного и документального материала; репетиционно-постановочная работа; организация, обеспечение и проведение мероприятия, закрытие проекта.

7. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ (СРС)

7.1. Содержание и формы самостоятельной работы обучающихся в процессе освоения дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам).

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание и формы СРС
1.	Тема 1. Введение в дисциплину «Управление	Предмет курса «Управление проектами в сфере культуры». Цель курса. Источники курса и их



	телевизионными и рекламными проектами»	краткая характеристика. Задачи курса. Логика изложения материала. Контрольные точки курса.
2.	Тема 2. Особенности проектного управления	Основные этапы управления проектами. Виды планирования проектной деятельности.
3.	Тема 3. Телевизионные проекты: классификация и специфика	Жизненный цикл ТВ-проекта.. Стратегия управления ресурсами проекта. Основные проблемы проектного менеджера. Главный принцип управления проектами и возможности отклонения от него. Классификация и специфика ТВ-проектов
4.	Тема 4. Рекламные проекты: классификация и специфика	Классификация и специфика рекламных проектов, рекламных кампания. Жизненный цикл рекламных проектов. Главный принцип управления проектами и возможности отклонения от него.
5.	Тема 5. Разработка проектной документации, составление бюджета и творческой концепции	Проектный учет и отчетность. Детальное планирование и документирование плана проекта в сфере телевидения и рекламы. Принципы составления бюджета и творческой концепции
6.	Тема 6. Продвижение проекта на рынке: основные технологии	Продвижение проекта с использованием различных маркетинговых инструментов. Маркетинговые инструменты в управлении проектами.
7.	Тема 7. Контроль проекта. Мониторинг работ. Анализ результатов по проекту	Цели и содержание контроля проекта. Система контроля проекта. Требования к системе контроля. Условия эффективной системы контроля проекта. Принципы построения эффективной системы контроля проекта. Процессы контроля (основные и вспомогательные) Мониторинг работ и анализ результатов по проекту.
8.	Тема 8. Завершение проекта	Процедуры завершения телевизионного или рекламного проекта. Закрытие контрактов и договоров. Выход из проекта. Правила «хорошего тона». Прием работ от подрядчиков. Подписание акта выполненных работ.
9.	Тема 9.Проектирование телевизионных программ	Сущность и содержание телевизионных программ. Методика их подготовки и проведения: определение сверхзадачи; написание сценарной заявки, сценарного плана, технического сценария, плана подготовки проекта, сметы; подготовка ресурсной базы и реквизита; подбор и переговоры с артистами и исполнителями; подбор, монтаж художественного и документального материала; репетиционно-постановочная работа; организация, обеспечение и проведение мероприятия, закрытие проекта.



10.	Тема 10. Проектирование рекламных проектов/рекламных кампаний	Сущность и содержание рекламных мероприятий/проектов/кампаний. Методика их подготовки и проведения в учреждении культуры: определение сверхзадачи; написание сценарной заявки, сценарного плана, технического сценария, плана подготовки проекта, сметы; подготовка ресурсной базы и реквизита; подбор и переговоры с артистами и исполнителями; подбор, монтаж художественного и документального материала; репетиционно-постановочная работа; организация, обеспечение и проведение мероприятия, закрытие проекта.
-----	---	--

7.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Помимо рекомендованной основной и дополнительной литературы, для самостоятельной работы обучающиеся могут пользоваться следующими методическими материалами:

- 1) Краткий конспект лекций по дисциплине
- 2) Словарь терминов и персоналий по дисциплине
- 3) Учебное пособие «Управление проектами в сфере культуры» (автор – Е.Г.Лебедева, ИСИ, 2020).

Методические материалы в виде электронных ресурсов находятся в открытом доступе в методическом кабинете деканата.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

8.1. Процедура экзамена.

Формой промежуточной аттестации является экзамен. Экзамен проводится в форме собеседования по билетам. Экзаменационный билет содержит два теоретических вопроса. На подготовку ответов отводится 30 минут. Оценка знаний производится по 4-хбалльной шкале.

Критерии и шкала оценивания

«Отлично» Выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.



«Хорошо» Выставляется студенту, твердо знающему материал, грамотно и по существу излагающему его, умеющему применять полученные знания на практике, но допускающему незначительные неточности в ответе или решении задач.

«Удовлетворительно» Выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно точные формулировки базовых понятий, нарушающего логическую последовательность в изложении программного материала, но при этом владеющему основными разделами дисциплины, необходимыми для дальнейшего обучения и способному применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

«Неудовлетворительно» - Выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и решать типовые практические задачи.

В случае неудовлетворительной оценки студент имеет право пересдать экзамен в установленном порядке.

8.2. Процедура зачета.

Промежуточный контроль знаний проводится в форме устного коллоквиума. Устный ответ на зачете позволяет оценить степень форсированности знаний по различным компетенциям. Ответ оценивается по 2 балльной системе.

Критерии и шкала оценивания.

«Зачтено» ставится, если: знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные; студент свободно владеет научной терминологией; ответ студента структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок.

«Не зачтено» ставится, если: обнаружено незнание или непонимание студентом сущностной части психологии; содержание вопросов не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию зачета студент затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.

В случае получения оценки «не зачтено» студент имеет право пересдать зачет в установленном порядке.

8.3. Перечень вопросов для зачета / экзамена

1. Развитие проектного управления в истории и практике мирового менеджмента
2. Развитие проектного управления в истории и практике отечественного менеджмента



3. Телевизионные проекты: классификация и специфика
 4. Рекламные проекты: классификация и специфика
 5. Формирование концепции проекта.
 6. Проблемы обеспечения качества проекта.
 7. Цели, назначение и виды планов в управлении проектами.
 8. Разработка проектной документации, разработка концепции и составление бюджета
 9. Продвижение проекта на рынке
 10. Контроль и регулирование в управлении проектами.
 11. Социально-психологические “портрет” эффективного руководителя проекта
 12. Формирование и развитие проектной группы
 13. Командообразование в проектном менеджменте
 14. Управление коммуникациями проекта
 15. Контроль проекта. Мониторинг работ. Анализ результатов по проекту.
- а. Типовые контрольные или практические задания к зачету / экзамену**
1. Классификация ТВ и рекламных проектов.
 2. Структура проекта.
 3. Методы планирования.
 4. Документирование плана проекта.
 5. Способы изучения социального заказа.
 6. Первичные или преинвестиционные исследования.
 7. Организационная структура и система взаимоотношений участников проекта.
 8. Организационная структура и содержание проекта.
 9. Организационная структура проекта и его внешнее окружение.
 10. Основные понятия проектного финансирования.
 11. Зарубежная практика проектного финансирования и финансирования инвестиций.
 12. Бюджет маркетинга проекта.
 13. Управление маркетингом в рамках управления проектами.
 14. Составление сметы проекта.
 15. Основные вопросы, подлежащие проверке при экспертизе.
 16. Основные положения и законодательное обеспечение конкурсов и торгов в СК сфере.
 17. Виды и структура договоров. Заключение, исполнение и завершение договора.
 18. Методы управления проектами.
 19. Функции управления проектами.
 20. Оценка стоимости проекта.
 21. Отчетность по затратам.
 22. Принятие решений в СК проектировании.



23. Методы регуляции СК проекта (экономические, ресурсные и др.)
24. Принципы эффективного управления временем.
25. Взаимосвязь объемов, продолжительности и стоимости работ.
26. Менеджмент качества проекта.
27. Обеспечение функционирования и совершенствования системы менеджмента качества.
28. Принципы формирования команды.
29. Организация совместной деятельности команды проекта.
30. Основные психологические характеристики команды проекта.
31. Управление коммуникациями проекта.
32. Программное обеспечение для управления проектами.
33. Управление закупками и поставками.
34. Основные принципы планирования ресурсов проекта.
35. Исходные данные для расчета эффективности проекта.
36. Оценка эффективности СК проекта.
37. Ежедневные, еженедельные и ежемесячные программы руководства проектами.
38. Закрытие контрактов и договоров.
39. Прием работ от подрядчиков. Подписание акта выполненных работ.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

9.1. Основная литература:

Код.№	Авторы / составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
Л1.1		Основы продюсерства : Аудиовизуальная сфера: учебник	М.:Юнити-Дана, 2015 г.
Л1.2	Разу М. Л. / ред.	Управление проектом. Основы проектного управления : учебник	М. : КноРус 2012
Л1.3			
Л1.4			
Л1.5			
Л1.6			

9.2. Дополнительная литература:

Код.№	Авторы / составители	Наименование (заглавие)	Издательство, год
Л2.1	Мазур И.И., В. Д. Шапиро / ред.	Управление проектами : Учебное пособие.	М.: Омега-Л 2010



Л2.2	Хэлдман К.	Управление проектами. Быстрый старт	М. ДМК Пресс, 2012
Л2.3	Ученова В.	Реклама: палитра жанров	М.:Инфра-М, 2012.- С.150
Л2.4	Полукаров В.Л.	Телевизионная радиовещательная реклама	М.:Полипресс, 2010 – С.124

10. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ"

№ п/п	Имя сайта (или ссылки)	Краткое описание интернет-ресурса
1.		

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

11.1. Методические указания по освоению лекционного материала

На лекциях преподаватель рассматривает вопросы программы дисциплины, составленной в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом. В ходе лекционных занятий настоятельно рекомендуется вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. В рабочих конспектах лекций желательно оставлять поля, на которых делаются пометки при изучении рекомендованной литературы, дополняющие и т.д. Во время самостоятельной проработки лекционного материала особое внимание следует уделять возникшим вопросам, непонятным терминам, спорным точкам зрения. Все такие моменты следует выделить или выписать отдельно для дальнейшего обсуждения на практическом занятии. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

11.2. Подготовка сообщений и докладов к практическим занятиям

Доклад является элементом промежуточной аттестации и оценивается. В течение семестра каждый студент должен сделать как минимум один доклад. Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно готовит сообщение на заданную тему и далее на занятии выступает с этим сообщением. Целью докладов является более глубокое знакомство с одной из изучаемых тем.

Критерии и шкала оценивания.



Оценка за доклад складывается из оценки преподавателя и оценки аудитории (групповой оценки). На первом занятии студенты формулируют критерии оценки докладов. После каждого выступления несколько человек на основании этих критериев делают качественную оценку доклада. Далее преподаватель, исходя из собственной оценки и оценки слушателей, ставит итоговую отметку.

Примерные критерии оценивания:

- содержание (степень соответствия теме, полнота изложения, наличие анализа, использование нескольких источников и т.д.);
- качество изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.);
- наглядность (использование иллюстрирующих материалов, технических средств, материалов сети Интернет)

Выполнение доклада оценивается по системе «зачтено / незачтено». Отметка «незачтено» ставится если: выбранная тема раскрыта поверхностно, большая часть предлагаемых элементов плана доклада отсутствует; качество изложения низкое; иллюстрирующие материалы отсутствуют.

Приблизительная тематика докладов / сообщений

1. Влияние рекламы и СМИ на личность
2. Анализ рекламной кампании
3. Эффективный рекламный текст в СМИ
4. Организационная структура и система взаимоотношений участников ТВ-проекта.
5. Организационная структура и содержание рекламного проекта или рекламной кампании.
6. Основные понятия проектного финансирования.
7. Зарубежная практика проектного финансирования и финансирования инвестиций.
8. Маркетинговый анализ и методы управления рекламными проектами
9. Составление сметы проекта.
10. Основные положения и законодательное обеспечение конкурсов и торгов в СК сфере.
11. Виды и структура договоров. Заключение, исполнение и завершение договора.
12. Методы управления проектами.
13. Функции управления проектами.
14. Оценка стоимости проекта.
15. Отчетность по затратам.
16. Менеджмент качества проекта.
17. Принципы формирования команды и подрядчиков.
18. Программное обеспечение для управления проектами.



19. Управление закупками и поставками.
20. Основные принципы планирования ресурсов проекта.
21. ТВ- проект: новостная программа.
22. ТВ-проект: развлекательная программа
23. ТВ-проект: общеобразовательная или детская программа
24. ТВ-проект: съемка городского массового мероприятия
25. Проект: реклама в СМИ
26. Проект: наружная реклама
27. Проект: рекламная кампания

**12. ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ,
используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
(модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных
справочных систем**

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Googlechrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»)
-

**13. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ,
необходимой для осуществления образовательного процесса
по дисциплине (модулю)**

Для обеспечения проведения учебных занятий по дисциплине «Наименование» требуется мультимедийная аудитория и следующее техническое обеспечение:

- видеопроектор + ПК;
- маркерная доска.



Лист изменений в РПД

2020-2021 уч.год		
2021-2022 уч.год		
2022-2023 уч.год		