



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»**

INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 апреля 2023 г. № 9)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 апреля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОЕКТНАЯ РАБОТА С ЭКСПЕРТОМ-НАСТАВНИКОМ**

по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Интернет-маркетинг»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(профиль) «Интернет-маркетинг»

Рабочая программа дисциплины «Проектная работа с экспертом-наставником» входит в состав основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг» и предназначена для обучающихся по очной и очно-заочной формам обучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
5. Содержание дисциплины.....	6
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы и текущего контроля обучающихся по дисциплине	7
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к зачету с оценкой	10
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	13
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	14
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.....	15
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Проектная работа с экспертом-наставником» является формирование системного подхода к проектной работе с экспертом-наставником, и приобретение практических навыков проектной работы у студентов.

Задачи дисциплины:

- усвоение роли грамотной организации проектной работы с экспертом-наставником для эффективного разрешения проблемных ситуаций различной сложности;
- способствовать формированию у студентов навыков организации проектной работы с экспертом-наставником.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Проектная работа с экспертом-наставником» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, всего – 108 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
Контактная работа с преподавателем (всего)	14	4
В том числе:		
Занятия семинарского типа, в том числе:	14	4
Семинары	10	2
Практические занятия	4	2
Самостоятельная работа (всего)	94	104
Форма контроля	Зачет с оценкой, проектная работа	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	

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

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>Разработка и реализация проектов УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИУК 2.1 Определяет круг задач в рамках поставленной цели. ИУК 2.2 Выбирает оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Знать: сущность и содержание проектной работы. Уметь: определять круг задач в рамках избранной проблемы; определять связь между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения. Владеть: навыками подготовки проекта в рамках избранной проблемы.</p>
<p>ПК-1 Способен использовать проектный подход при разработке стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ИПК 1.1 Имеет представление о проектной деятельности и принципах разработки стратегии. ИПК 1.2 Проектирует стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ИПК 1.3 Формирует показатели эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p>	<p>Знать: виды и принципы разработки стратегии интернет-маркетинга. Уметь: разрабатывать комплексную digital-стратегию по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Владеть: навыками оценки эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p>

5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1. Основные понятия, содержание и сущность проектной деятельности интернет-маркетолога	Понятие проектной работы. Теоретические основы проектирования. Специфика организации проектной работы. Критерии выбора темы проектной работы. Актуальность темы проектной работы. Объект и предмет проектирования. Цели и задачи проекта в интернет-маркетинге. Классификации проектов по различным критериям: по доминирующей деятельности, по предметно-содержательной области, по количеству участников, по продолжительности выполнения и т.д. Этапы организации проектной работы и содержание каждого из них. Предварительная идентификация идеи проекта. Роль эксперта-наставника и студента на отдельных этапах проектной работы.
Тема 2. Применение проектной технологии в деятельности интернет-маркетолога	Организация проектной деятельности. Обоснование темы проектной работы. Подготовка плана проектной работы, его согласование с экспертом-наставником и преподавателем дисциплины. Определение цели и задач проектной работы. Индивидуальная и групповая стратегии работы. Реализация индивидуальной и групповой работы по проекту. Анализ и обобщение литературных источников по теме проектной работы. Отбор и обоснование методик для реализации проектной работы. Сбор и анализ ситуации и всех исходных данных по проекту (SWOT-анализ). Определение необходимых ресурсов (в т.ч. бюджета), сроков и ответственных. Разработка и предоставление комплексной digital-стратегии по продвижению выбранного объекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Составление плана реализации digital-стратегии. Мониторинг и оценка результатов проектной работы.
Тема 3. Презентация проектной работы	Особенности представления материалов проектной работы на разных этапах его жизненного цикла. Использование информационных технологий. Эффективное представление (презентация) результатов проекта. Основные приемы и методы организации и проведения эффективной презентации. Особенности восприятия результатов проектной работы. Ожидания от проектной работы и формирование общего впечатления о проекте. Наиболее распространенные ошибки, приводящие к снижению оценки проектной работы. Экспертная оценка разработанного проекта.

6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час	Всего, час.
		Семинары	Практические занятия		
1.	Основные понятия, содержание и сущность проектной деятельности интернет-маркетолога	2	-	15	17
2.	Применение проектной технологии в деятельности интернет-маркетолога	6	4	64	74
3.	Презентация проектной работы	2	-	15	17
Итого:		10	4	94	108

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час	Всего, час.
		Семинары	Практические занятия		
1.	Основные понятия, содержание и сущность проектной деятельности интернет-маркетолога	1	-	15	16
2.	Применение проектной технологии в деятельности интернет-маркетолога	-	2	73	75
3.	Презентация проектной работы	1	-	16	17
Итого:		2	2	104	108

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы и текущего контроля обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа является одним из основных видов учебной деятельности, составной частью учебного процесса и имеет своей целью: глубокое усвоение материала дисциплины, совершенствование и закрепление навыков самостоятельной работы с литературой, рекомендованной преподавателем, умение найти нужный материал и самостоятельно его использовать, воспитание высокой творческой активности, инициативы, привычки к постоянному совершенствованию своих знаний, к целеустремленному научному поиску.

Контроль самостоятельной работы, является важной составляющей текущего контроля успеваемости, осуществляется преподавателем во время лекционных и практических (семинарских) занятий и обеспечивает оценивание хода освоения изучаемой дисциплины.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Роль и значение проектной деятельности в современном мире.
2. Существующие трактовки понятия проект.
3. Понятие проекта и программы.
4. Проект и программы как объекты управления, их характеристики.
5. Разновидности и классификация проектов и программ.
6. Особенности различных видов проектов и программ в интернет-маркетинге.
7. Понятие и определение цели и стратегии проекта.
8. Основные аспекты, отражаемые при описании цели проекта.
9. Взаимосвязь целей и задач проекта.
10. Определение целей по SMART.
11. Распределение ролей в команде: роль, виды ролей, принципы распределения ролей.
12. Системный анализ и проектирование структуры проекта и мотивации проектной команды.
13. Критерии успехов и неудач проекта.
14. Факторы, влияющие на успех и неудачи проекта.
15. Обзор творческих и исследовательских проектов по рекламе и связям с общественностью.
16. Примеры успешных и неудачных проектов.
17. Принципы разработки стратегии интернет-маркетинга.
18. Виды digital-стратегии.
19. Этапы разработки digital-стратегии.
20. Анализ целевой аудитории объекта проектирования.
21. Конкурентный анализ.
22. Разработка карты пути клиента (CJM, Customer Journey Map).
23. Определение каналов коммуникации с аудиторией в интернете.
24. Примеры креативов для реализации digital-стратегии.
25. Определение ключевых показателей эффективности маркетинга (KPI).
26. Презентация проекта как инструмент защиты.
27. Метод экспертных оценок в проектировании.
28. Другие системы (взаимооценка, самооценка, рейтинговая оценка и т.д.) оценивания проектов.
29. Правовое обеспечение проектной работы и соблюдение авторских прав при реализации проекта.
30. Использование информационных технологий при разработке проектов.

Тематика рефератов (докладов) по дисциплине

1. Проектная деятельность как один из видов самостоятельной работы обучающихся.
2. Роль проектной деятельности в области интернет-маркетинга.
3. Основные этапы проектной деятельности.
4. Типы проектов по сферам деятельности (технический, организационный, экономический, социальный, смешанный).
5. Классы проектов (монопроекты, мультипроекты, мегапроекты).

6. Виды проектов (инвестиционный, инновационный, научно-исследовательский, учебно-образовательный, смешанный).
7. Понятие правового обеспечения проекта в области интернет-маркетинга.
8. Маркетинговый проект и его специфика.
9. Основные сложности организации проектной деятельности.
10. Критерии выбора темы проекта. Требования к выбору темы проекта.
11. Актуальность темы проекта. Формулировка целей и задач проекта.
12. Креативная стратегия: визуальное и вербальное воплощение.
13. Выбор каналов и инструментов при создании digital-стратегии.
14. Особенности реализации digital-стратегии.
15. Бюджет как инструмент управления проектом.
16. Особенности командной работы над проектом.
17. Анализ и проектирование структуры проекта и мотивации проектной команды.
18. Организация и проведение эффективной презентации проекта.
19. Ожидания от проекта и формирование общего впечатления о проекте.
20. Наиболее распространенные ошибки, приводящие к снижению оценки проекта.

Распределение самостоятельной работы

Виды, формы и объемы самостоятельной работы студентов при изучении данной дисциплины определяются ее содержанием и отражены в следующей таблице:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем самостоятельной работы	
			очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
1.	Основные понятия, содержание и сущность проектной деятельности интернет-маркетолога	Изучение рекомендованной литературы, подготовка к аудиторным занятиям, написание рефератов, подготовка докладов	15	15
2.	Применение проектной технологии в деятельности интернет-маркетолога	Изучение рекомендованной литературы, подготовка к аудиторным занятиям, написание рефератов, подготовка докладов, подготовка проекта	64	74
3.	Презентация проектной работы	Изучение рекомендованной литературы, подготовка к аудиторным занятиям, написание рефератов, подготовка докладов, подготовка презентации проекта	15	15
Итого:			94	104

8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к зачету с оценкой

8.1. Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Понятие проектной работы.
2. Характерные черты метода проектов.
3. Становление и развитие проектной деятельности в образовании за рубежом:
Дж. Дьюи, У.Х. Килпатрик и др.
4. Становление и развитие проектной деятельности в России: С.Т. Шацкий.
5. Проектный метод в образовательной практике 1920-х гг.
6. Современное состояние проектной технологии в России.
7. Критерии выбора темы проектной работы.
8. Требования к выбору темы проектной работы.
9. Специфика проектов в рекламе и связях с общественностью.
10. Роль проектной работы в профессиональной деятельности интернет-маркетолога.
11. Формулировка целей и задач проектной работы.
12. Объекты проектной работы. Предмет проектной работы.
13. Классификации проектов по различным критериям и особенности отдельных типов проектов.
14. Проблема соблюдения авторских прав при реализации проекта.
15. Этапы проектной работы и основные этапы организации проектной работы.
16. Методы проектирования и области применения проектирования.
17. Принципы организации команды проекта: целеустремленность, сплоченность, ответственность.
18. Проектные роли.
19. Принципы разработки стратегии интернет-маркетинга.
20. Виды digital-стратегии.
21. Этапы разработки digital-стратегии.
22. Оценка эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
23. Метод экспертных оценок в проектной работе.
24. Мониторинг и оценка результатов проектной работы
25. Использование информационных технологий в проектной деятельности.
26. Эффективное представление (презентация) результатов проекта.
27. Основные приемы и методы организации и проведения эффективной презентации.
28. Особенности восприятия результатов проектной работы.
29. Ожидания от проектной работы и формирование общего впечатления о проекте.
30. Наиболее распространенные ошибки, приводящие к снижению оценки проектной работы.

8.2. Типовые задания для оценки знаний

1. Проект представляет собой ...
 - а) самостоятельную исследовательскую деятельность, направленную на достижение поставленной цели или проблемы;
 - б) общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного;

в) уникальную (в отличие от операций) деятельность, имеющую начало и конец во времени, направленную на достижение определённого результата/цели, создание определённого, уникального продукта или услуги, при заданных ограничениях по ресурсам и срокам, а также требованиям к качеству и допустимому уровню риска;

г) командную деятельность, состоящую из двух этапов.

2. Содержание понятия «проектирование» представлено в варианте ответа:

а) создание проекта – разработка плана деятельности;

б) создание проекта – разработка долгосрочного плана деятельности;

в) создание проекта – разработка созданной модели и доведение ее до уровня практического использования;

г) создание проекта – разработка оперативного плана деятельности.

3. Существует несколько этапов проектирования: ...

а) два этапа проектирования: моделирование, собственно проектирование;

б) два этапа проектирования: моделирование, конструирование;

в) три этапа проектирования: моделирование, собственно проектирование, конструирование;

г) два этапа проектирования: собственно проектирование, конструирование.

4. Разработка digital-стратегии включает в себя следующие этапы:

а) только анализ целевой аудитории и конкурентной среды;

б) только постановку целей и выбор каналов;

в) в основном определение ключевых показателей эффективности маркетинга (KPI) и прогнозирование результатов;

г) постановка целей, анализ целевой аудитории и конкурентной среды, выбор инструментов и каналов, определение ключевых показателей эффективности маркетинга (KPI) и прогнозирование результатов.

5. Критерии эффективности проектной работы интернет-маркетолога включают в себя ...

а) целевую ориентацию проекта, теоретическую обоснованность, конструктивность, оригинальность изложения проблемы отражение специфики специальности;

б) целостность проекта, теоретическую необоснованность, оригинальность изложения проблемы;

в) целевую ориентацию проекта, теоретическую обоснованность, без перспективы внедрения в деятельность;

г) целевую ориентацию проекта, оригинальность изложения проблемы, отражение специфики специальности.

8.3 Типовые задания для оценки умений

Задание 1. Перед вами стоит задача разработать digital-стратегию продвижения услуг образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Опишите последовательность ваших действий и выполните следующие задачи:

1. Определите этапы решения поставленной задачи.

2. Определите, какие каналы будут наиболее эффективными с учетом особенностей объекта продвижения.

3. Определите связь между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения.

Задание 2. Перед вами стоит задача разработать digital-стратегию продвижения конкретного товара в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Опишите последовательность ваших действий и выполните следующие задачи:

1. Определите объект продвижения и проведите его анализ, используя концепцию 4P.
2. Определите основные этапы разработки digital-стратегии по продвижению этого товара в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
3. Выберите каналы для реализации digital-стратегии.
4. Определите связь между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения.

8.4. Типовые задания для оценки навыков

Задание 1. Разработайте проект по продвижению конкретного товара в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Проведите оценку эффективности каналов продвижения, используемых в проектной работе. Представьте результаты решения задачи проектной работы в формате презентации.

Задание 2. Разработайте проект по продвижению конкретной услуги в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Проведите оценку эффективности каналов продвижения, используемых в проектной работе. Представьте результаты решения задачи проектной работы в формате презентации.

8.5. Примерный перечень тем для подготовки проектной работы

1. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения услуг образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
2. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения услуг рекламного агентства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
3. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения услуг агентства недвижимости в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
4. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения государственных услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
5. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения мебельного салона в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
6. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения услуг туристического агентства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
7. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения салона красоты в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
8. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения онлайн-школы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
9. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения торговой сети в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
10. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения кинотеатра в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
11. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения пиццерии в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
12. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения услуг ремонта бытовой техники в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

13. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения торгового центра в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
14. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения нового товара в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
15. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения магазина цветов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
16. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения кондитерской фабрики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
17. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения ПАО «Лукойл» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
18. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения Московского метрополитена в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
19. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения частной медицинской клиники в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
20. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения ПАО «Ростелеком» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
21. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения фитнес-клуба в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
22. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения благотворительного фонда в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
23. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения нового книжного магазина в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
24. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения новой кофейни в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
25. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения агентства организации праздников в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
26. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения аптечной сети в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
27. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения частного музея в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
28. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения фабрики по производству пластиковых окон в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
29. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения автомойки в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
30. Проектная работа по созданию digital-стратегии продвижения юридических услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При выполнении проектной работы необходимо воспользоваться методическими указаниями по подготовке проектной работы по дисциплине «Проектная работа с экспертом-наставником», разработанными ИМЭС.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

9.1. Основная литература

1. Бурмистрова, Е. В. Методы организации исследовательской и проектной деятельности обучающихся: учебное пособие для вузов / Е. В. Бурмистрова, Л. М. Мануйлова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15400-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520452>

2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>

3. Зенкина, С. В. Сетевая проектно-исследовательская деятельность обучающихся : учебное пособие для вузов / С. В. Зенкина, Е. К. Герасимова, О. П. Панкратова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 152 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13229-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519313>

9.2. Дополнительная литература

1. 1. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под редакцией В. С. Абрамова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14595-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520203>

2. Бурмистрова, Е. В. Методы организации исследовательской и проектной деятельности обучающихся : учебное пособие для вузов / Е. В. Бурмистрова, Л. М. Мануйлова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15400-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520452>

3. Управление проектами: учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510590>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
3. <https://urait.ru/> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
4. <https://www.consultant.ru/online/> – Информационная справочная система «КонсультантПлюс»
5. <https://www.akarussia.ru/> – Ассоциация коммуникационных агентств России

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);

- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) – русский.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены занятиями семинарского и лекционного типа. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

Занятия семинарского типа

Семинарские (практические) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

Самостоятельная работа обучающихся

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Рекомендации по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования инвалидами и лицами с ОВЗ.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам инвалидов и лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для инвалидов и лиц с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью и лицам с ОВЗ увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью и лиц с ОВЗ процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория, предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: комплекты специализированной учебной мебели, компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду, мультимедийный проектор, экран, доска классная.