



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

INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 28 марта 2024 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
28 марта 2024 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
6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы и текущего контроля обучающихся по дисциплине.....	7
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации ...	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)

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 промежуточной аттестации

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, 2024. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15400-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544679>

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, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535942>

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, 2024. — 152 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13229-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543580>

9.2. Дополнительная литература

1. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09524-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535382>

2. Бурмистрова, Е. В. Методы организации исследовательской и проектной деятельности обучающихся : учебное пособие для вузов / Е. В. Бурмистрова, Л. М. Мануйлова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 115 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15400-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544679>

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, 2024. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535573>

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)

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.