

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

Управление продуктом

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	Бакалавр

Москва
2025

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК – 5
Профессиональные	-	ПК – 6
Профессиональные	-	ПК – 7
Профессиональные	-	ПК – 9

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК – 5	Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	ПК-5.1. Умеет создавать индивидуальные и коллективные медиапроекты определенного формата в соответствии с потребностями целевой аудиторией СМИ ПК-5.2. Владеет навыками работы в команде при разработке коллективных медиапроектов. ПК-5.3. Способен создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
ПК – 6	Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации, учитывая тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков	ПК-6.1. Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-6.2. Умеет планировать интегрированные маркетинговокоммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-6.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
ПК – 7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания

		взаимодействия медиаорганизации со внешней средой
ПК - 9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2 Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК – 9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК - 5		
	- технологию подготовки журналистского текста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	- навыками работы с применением современных редакционных технологий
Код компетенции	ПК - 6		
	- основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	- планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие	- навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих

		мультимедийные и интерактивные средства	мультимедийные и интерактивные средства
Код компетенции	ПК - 7		
	- основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	-координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	-навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой
Код компетенции	ПК -9		
	как совместно с дизайнерами, программистами и специалистами в сфере информационных технологий создавать медиапродукты разных форматов	- разрабатывать концепции технологий	- навыками проектирования информационных и программных продуктов

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана ОПОП.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОП. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Введение в профессию», «Иностранный язык», «Деловые коммуникации», «Управление персоналом».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Продюсирование цифрового контента

5. Объем дисциплины

Виды учебной работы		Формы обучения	
		Очная	Заочная
Общая	трудоёмкость: зачетные единицы/часы	4/144	4/144
Контактная работа:		40	12
	Занятия лекционного типа	20	4
	Занятия семинарского типа	20	8
	Промежуточная аттестация: экзамен	9	9
Самостоятельная работа (СРС)		95	123

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебны е занят ия	Практ ически е заняти я	Сем и нар ы	Лабо рато рные раб.	Ины е заня тия	
1.	Управление продуктом	2		2				16
2.	Исследование рынка и потребителей	4		4				16
3.	Разработка продукта	4		4				16
4.	Тестирование и оптимизация продукта	4		4				16
5.	Маркетинг и продвижение продукта	4		4				16
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом	2		2				15
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	20		20				95

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)					
		Контактная работа					Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа			
		Лекци и	Иные учебны е занят ия	Практ ически е заняти я	Сем и нар ы	Лабо рато рные раб.	

1.	Управление продуктом	1		1				23
2.	Исследование рынка и потребителей	1		1				20
3.	Разработка продукта			2				20
4.	Тестирование и оптимизация продукта	1		1				20
5.	Маркетинг и продвижение продукта	1		2				20
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом			1				20
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	4		8				123

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам/разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Управление продуктом	1.1 Основные понятия и задачи управления продуктом в медиакоммуникациях. 1.2 Роль продуктового менеджера в медиаиндустрии. 1.3 Жизненный цикл продукта: этапы и особенности в медиакоммуникациях. 1.4 Методологии управления продуктом: Agile, Scrum, Kanban.
2.	Исследование рынка и потребителей	2.1 Методы исследования рынка в медиакоммуникациях: анализ трендов, конкурентов и аудитории. 2.2 Сегментация аудитории и создание персон: основные подходы и инструменты. 2.3 Аналитика и метрики в управлении продуктом: ключевые показатели и их анализ. 2.4 Проведение пользовательских интервью и опросов для выявления потребностей пользователей.
3.	Разработка продукта	3.1 Формулирование стратегии продукта: миссия, видение, цели. 3.2 Создание дорожной карты (roadmap) продукта: этапы развития и сроки. 3.3 Принципы проектирования продукта в медиакоммуникациях: UX/UI, дизайн, контент. 3.4 Управление разработкой продукта: Agile-подходы, релизы и итерации.
4.	Тестирование и оптимизация продукта	4.1 Виды тестирования продукта: А/В тесты, usability-тестирование, beta-тестирование.

		4.2 Сбор и анализ обратной связи от пользователей: инструменты и методы. 4.3 Оптимизация пользовательского опыта (UX): улучшение интерфейсов и взаимодействия с продуктом. 4.4 Управление жизненным циклом продукта: обновления, масштабирование, снятие с продаж.
5.	Маркетинг и продвижение продукта	5.1 Маркетинговые стратегии в медиакоммуникациях: привлечение, удержание, монетизация. 5.2 Цифровой маркетинг: SEO, PPC, социальные сети, контент-маркетинг. 5.3 Брендинг продукта: позиционирование, создание образа и узнаваемости. 5.4 Продвижение продукта: кампании, промоакции, взаимодействие с партнерами.
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом	6.1 Этические принципы в управлении продуктом: ответственность перед пользователями и обществом. 6.2 Законодательные требования и нормативы в медиакоммуникациях: защита данных, авторские права. 6.3 Работа с персональными данными: политика конфиденциальности, GDPR, соблюдение законодательства. 6.4 Этический аудит продукта: оценка соответствия этическим стандартам и принципам.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Управление продуктом	1.1 Анализ продуктов на рынке медиакоммуникаций Сравнительный анализ продуктов конкурентов. Оценка основных конкурентных преимуществ. 1.2 Создание MVP (минимально жизнеспособного продукта) Разработка MVP на основе выявленных потребностей аудитории. Тестирование MVP с использованием метода Lean Startup.
2.	Исследование рынка и потребителей	2.1 Сегментация аудитории Проведение сегментации аудитории с использованием данных о пользовательском поведении. Формулирование персон и создание пользовательских сценариев. 2.2 Анализ метрик Сбор и анализ основных метрик продукта (активность

		пользователей, retention, конверсии). Формирование отчетов и дашбордов для мониторинга метрик.
3.	Разработка продукта	3.1 Создание дорожной карты продукта Разработка дорожной карты с учетом приоритетов и сроков. Определение основных фич и задач для каждого этапа разработки. 3.2 Дизайн продукта Проектирование пользовательского интерфейса и пользовательского опыта. Создание прототипов и дизайн-макетов.
4.	Тестирование и оптимизация продукта	4.1 Проведение тестирования Планирование и проведение А/В тестов для оптимизации продукта. Сбор и анализ результатов тестирования. 4.2 Анализ обратной связи Методы сбора обратной связи от пользователей (анкеты, интервью, онлайн-отзывы). Обработка и систематизация полученных данных.
5.	Маркетинг и продвижение продукта	5.1 Разработка маркетинговой стратегии Формирование позиционирования продукта на рынке. Разработка маркетинговых кампаний для привлечения целевой аудитории. 5.2 Продвижение через социальные медиа Создание и оптимизация аккаунтов в социальных сетях. Планирование контент-стратегии и взаимодействие с подписчиками.
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом	6.1 Аудит безопасности данных Проверка и анализ уровня защищенности персональных данных пользователей. Внедрение мер по улучшению безопасности и соблюдению законодательства. 6.2 Этический анализ продукта Оценка продукта с точки зрения этических принципов и социальной ответственности. Разработка рекомендаций по улучшению этических аспектов продукта.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Управление продуктом	Умение анализировать рынок. Составление планов реализаций проектов
2.	Исследование рынка и потребителей	Умение анализировать целевую аудиторию и современные тенденции. Составление реферата на различные продукты

3.	Разработка продукта	Реферат на тему особенностей разработки продукта и их собственное видение ситуации.
4.	Тестирование и оптимизация продукта	Изучение программ для тестирования. Выявление побочных эффектов и способы оптимизации
5.	Маркетинг и продвижение продукта	Составление проекта на тему продвижение собственного продукта
6.	Этические и правовые аспекты управления продуктом	Реферат на тему видения этических и правовых аспектов управления продуктом, который был составленного в 5 модуле

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Введение в управление персоналом в медиаиндустрии	Опрос, ситуационная задача, информационный проект, тестирование.
2.	Процесс найма и подбора персонала в медиакомпании	Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
3.	Мотивация и стимулирование персонала в медиаиндустрии	Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
4.	Управление конфликтами и коммуникациями в медиакомпании	Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование.
5.	Развитие персонала и обучение в медиаиндустрии	Опрос, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
6.	Оценка и управление производительностью в медиакомпании	Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование.

7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые вопросы

1. Какие основные принципы управления проектами существуют?

2. Каковы основные шаги в процессе управления проектом?
3. Какие инструменты и методики используются при управлении проектами в медиакоммуникациях?
4. Какие особенности управления проектами в сфере медиакоммуникаций?
5. Каковы основные роли и обязанности участников проектной команды?
6. Какие основные риски сопутствуют проектам в медиакоммуникациях и как их можно минимизировать?
7. Каким образом составляется план проекта?
8. Какие ключевые метрики используются для оценки эффективности проекта в медиакоммуникациях?
9. Какие методы использования ресурсов проекта можно применить для оптимизации процесса?
10. Как происходит управление бюджетом в проектах медиакоммуникаций?
11. Какие этапы включает в себя жизненный цикл проекта в медиакоммуникациях?
12. Какие методы коммуникации используются для согласования и обмена информацией в проектной команде?
13. Как проводится анализ заинтересованных сторон (стейкхолдеров) проекта в медиакоммуникациях?
14. Каким образом формируется и управляется проектная команда?
15. Как происходит планирование рисков в проектах медиакоммуникаций?
16. Как происходит контроль за выполнением проектных задач в медиакоммуникациях?
17. Каким образом определяются и управляются изменения в проекте медиакоммуникаций?
18. Какие методы принятия решений используются в проектах медиакоммуникаций?
19. Каким образом оценивается качество проекта в медиакоммуникациях?
20. Какие типы конфликтов могут возникнуть в проектной команде и как их разрешать?
21. Как проводится оценка эффективности проекта и какие могут быть рекомендации по его улучшению?
22. Как происходит управление временем в проектах медиакоммуникаций?
23. Какие методы мотивации персонала применяются в проектной команде медиакоммуникаций?
24. Какие особенности управления информацией в проектах медиакоммуникаций?
25. Каким образом осуществляется адаптивное управление проектами в сфере медиакоммуникаций?
26. Какими методами управления конфликтами можно воспользоваться в проектной команде медиакоммуникаций?
27. Как происходит оценка рисков и какие меры могут быть приняты для их управления в медиакоммуникационных проектах?
28. Каким образом проводится оценка стоимости проекта и какие могут быть методы снижения бюджетных издержек?
29. Какие инструменты и методики контроля качества используются в проектах медиакоммуникаций?
30. Каким образом происходит подготовка и презентация проектных отчетов в медиакоммуникациях?

31. Какие методы и инструменты используются для управления общественными коммуникациями в рамках проекта медиакоммуникаций?
32. Каким образом определяются и анализируются требования заказчика в проектах медиакоммуникаций?
33. Какие основные этапы процесса планирования проекта в медиакоммуникациях?
34. Каким образом определяются ключевые моменты успеха проекта в медиакоммуникациях?
35. Как происходит управление изменениями в проекте медиакоммуникаций и какие методы используются для минимизации негативных последствий?
36. Как проводится оценка и выбор поставщиков услуг и ресурсов для проекта медиакоммуникаций?
37. Каким образом формируются коммуникационные планы для проекта медиакоммуникаций?
38. Какие методы и технологии используются для визуализации проектных данных и прогресса в медиакоммуникациях?
39. Каким образом происходит оценка и анализ рыночной конкуренции в рамках проекта медиакоммуникаций?
40. Какие методы прогнозирования и анализа рисков применяются в проектах медиакоммуникаций?
41. Как проводится оценка и управление качеством продукции и услуг в рамках проекта медиакоммуникаций?
42. Каким образом определяются и управляются интересы заинтересованных сторон проекта медиакоммуникаций?
43. Каким образом происходит планирование и управление ресурсами в проектах медиакоммуникаций?
44. Каким образом формируются и управляются команды в рамках проекта медиакоммуникаций?
45. Как происходит оценка и управление степенью удовлетворенности клиентов и пользователей в рамках проекта медиакоммуникаций?
46. Каким образом определяются и управляются зависимости между задачами и этапами в проекте медиакоммуникаций?
47. Как проводится анализ и оценка технической и технологической готовности проекта медиакоммуникаций?
48. Каким образом управляется процесс обратной связи и реакция на отзывы в проектах медиакоммуникаций?
49. Как происходит планирование и управление коммуникациями с заинтересованными сторонами в проекте медиакоммуникаций?
50. Какие методы и инструменты используются для оценки и управления уровнем риска в проектах медиакоммуникаций?

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Подготовка исследовательских проектов по темам:

1. Анализ влияния корпоративной культуры на эффективность работы сотрудников в медиакомпаниях.
2. Исследование методов мотивации и стимулирования персонала в медиаиндустрии: лучшие практики и вызовы.
3. Роль лидерства в управлении творческими сотрудниками в медиакомпаниях: стратегии и методы.
4. Анализ влияния оценки производительности на мотивацию и результативность работы сотрудников в медиаиндустрии.
5. Исследование проблем и вызовов управления персоналом в онлайн-медиа: особенности и эффективные стратегии решения.
6. Влияние диверсификации сотрудников на инновационные процессы и конкурентоспособность медиакомпаний.
7. Роль внутренней коммуникации в управлении персоналом в медиаиндустрии: оптимизация процессов и инструменты.
8. Исследование влияния обучения и развития на удовлетворенность и лояльность персонала в медиакомпаниях.
9. Развитие soft skills сотрудников в медиаиндустрии: методы, преимущества и вызовы.
10. Анализ влияния гибких форм занятости на производительность и мотивацию сотрудников в медиакомпаниях.
11. Разработка и внедрение программы управления диверсификацией сотрудников в медиаиндустрии: опыт и рекомендации.
12. Исследование проблем и вызовов управления проектами в медиакомпаниях: оптимизация процессов и методы управления.
13. Влияние виртуальных команд на эффективность работы и удовлетворенность сотрудников в медиакомпаниях: анализ лучших практик.
14. Анализ влияния корпоративных образовательных программ на профессиональное развитие сотрудников в медиаиндустрии.
15. Развитие системы обратной связи с сотрудниками в медиакомпаниях: улучшение процессов и инструменты.

Информационный проект

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Создание онлайн-портала о лучших практиках управления персоналом в медиаиндустрии.
2. Разработка видеокурса о методах мотивации персонала в медиакомпаниях.
3. Интерактивная презентация о важности развития soft skills у сотрудников в медиаиндустрии.
4. Веб-сайт о принципах лидерства и их применении в управлении персоналом в медиаиндустрии.
5. Онлайн-журнал о последних тенденциях в управлении конфликтами в медиакомпаниях.
6. Разработка мобильного приложения для оценки удовлетворенности сотрудников и выявления проблемных ситуаций в медиакомпаниях.
7. Создание видеоблога о лучших практиках обучения и развития персонала в медиаиндустрии.
8. Подготовка аудиоподкаста о роли внутренней коммуникации в медиакомпаниях и ее влиянии на эффективность работы.

9. Создание электронной книги о стратегиях управления проектами в медиакомпании.
10. Разработка онлайн-квиза о тенденциях и вызовах управления персоналом в медиаиндустрии.
11. Информационная презентация о влиянии гибких форм занятости на организационную культуру и производительность в медиакомпании.
12. Создание вебинара о методах управления изменениями в медиакомпании с целью минимизации сопротивления персонала.
13. Подготовка видеоролика о роли HR-аналитики в управлении персоналом в медиаиндустрии.
14. Разработка онлайн-платформы для обмена опытом и идеями по управлению персоналом между профессионалами в медиакоммуникациях.
15. Создание блога о современных тенденциях и новых подходах в управлении персоналом в медиаиндустрии.

Творческое задание

1. Создание короткометражного фильма о типичных ситуациях управления персоналом в медиакомпании.
2. Разработка серии комиксов о забавных и необычных случаях управления персоналом в медиаиндустрии.
3. Составление игрового сценария для ролевой игры, смоделированной на ситуациях управления персоналом в медиакомпании.
4. Создание интерактивной доски объявлений с заданиями и кейсами по управлению персоналом в медиаиндустрии.
5. Организация творческого конкурса на лучший дизайн инновационной системы мотивации сотрудников в медиакомпании.
6. Проведение творческой встречи-брейншторма для разработки новых идей по управлению персоналом в медиаиндустрии.
7. Создание коллекции мультимедийных презентаций о ключевых аспектах управления персоналом в медиакомпании.
8. Разработка инновационной игры с элементами геймификации для обучения основам управления персоналом в медиаиндустрии.
9. Организация творческого проекта по созданию плакатов с мотивационными цитатами для сотрудников медиакомпании.
10. Проведение творческого конкурса на лучший рекламный ролик о значимости командной работы в медиаиндустрии.
11. Разработка интерактивного веб-приложения для самооценки профессиональных компетенций в области управления персоналом в медиакомпании.
12. Создание арт-инсталляции, отражающей идеи и принципы эффективного управления персоналом в медиакомпании.
13. Организация творческого мастер-класса по созданию мотивационных видео для сотрудников медиакомпании.
14. Проведение креативного соревнования на разработку дизайна и содержания внутреннего информационного портала для сотрудников медиакомпании.
15. Создание театрализованной постановки, иллюстрирующей ситуации управления персоналом в медиакомпании и способы их решения.

16. Разработка творческого проекта по созданию графических рассказов о успешных кейсах управления персоналом в медиаиндустрии.
17. Организация киноклуба для просмотра и обсуждения фильмов и сериалов, иллюстрирующих особенности управления персоналом в медиакомпании.
18. Проведение творческого конкурса на создание логотипа и слогана для программы обучения и развития персонала в медиаиндустрии.
19. Создание коллекции творческих открыток с пожеланиями и вдохновляющими сообщениями для сотрудников медиакомпании.
20. Разработка инновационного проекта по созданию виртуальной реальности для обучения основам управления персоналом в медиаиндустрии.

Типовые тесты

1. Какой из нижеперечисленных методов не является частью основных принципов управления проектами?
 - a) Agile
 - b) Scrum
 - c) Waterfall
 - d) Lean
2. Какое из нижеперечисленных не является инструментом управления проектами в медиакоммуникациях?
 - a) Gantt chart
 - b) SWOT analysis
 - c) RACI matrix
 - d) Pareto analysis
3. Что представляет собой MVP (минимально жизнеспособный продукт)?
 - a) Полностью разработанный и готовый к выпуску продукт
 - b) Набор минимально необходимых функций продукта, достаточный для тестирования гипотезы
 - c) Продукт, который претерпел максимальное количество изменений после запуска
 - d) Продукт, который имеет максимальное количество пользовательских функций
4. Какая из следующих задач не входит в процесс управления проектом?
 - a) Планирование
 - b) Выполнение
 - c) Анализ
 - d) Маркетинг
5. Какие из нижеперечисленных ролей не являются частью проектной команды?
 - a) Product Owner
 - b) Stakeholder
 - c) Scrum Master
 - d) Chief Financial Officer

6. Что из перечисленного не является этапом жизненного цикла проекта?

- a) Инициация
- b) Планирование
- c) Выполнение
- d) Продажа

7. Какие метрики обычно используются для оценки эффективности проекта в медиакоммуникациях?

- a) ROI, ROAS, CTR
- b) GDP, CPI, PPI
- c) BMI, HRV, BPM
- d) MPG, RPM, KPI

8. Какой из нижеперечисленных методов не используется для управления временем в проектах медиакоммуникаций?

- a) Critical Path Method (CPM)
- b) Kanban
- c) Earned Value Management (EVM)
- d) Balanced Scorecard

9. Что означает термин "Scrum" в контексте управления проектом?

- a) Методология управления проектом, основанная на итеративном и инкрементальном разработке
- b) Команда проекта
- c) План проекта
- d) Процесс анализа рисков

10. Какой из нижеперечисленных методов наиболее эффективен для управления изменениями в проекте?

- a) Change Request Process
- b) Stakeholder Analysis
- c) Impact Assessment
- d) Risk Register

11. Какой инструмент используется для визуализации последовательности задач и зависимостей между ними в проекте?

- a) RACI matrix
- b) Gantt chart
- c) SWOT analysis
- d) Pareto chart

12. Что представляет собой диаграмма Ганта?

- a) Графическое представление расписания выполнения задач в проекте
 - b) Инструмент для анализа сил, слабостей, возможностей и угроз в проекте
 - c) Матрица ответственности
 - d) Инструмент для оценки степени важности проблем
- Какая роль в проекте отвечает за определение и приоритизацию требований заказчика?

- a) Project Manager
- b) Product Owner
- c) Scrum Master
- d) Stakeholder

13. Каким образом оценивается риск в проекте?

- a) Анализ данных
- b) Методом «от пальца»
- c) Проведением опросов
- d) Качественно и количественно

14. Какой метод позволяет оценить важность задач и определить их приоритеты?

- a) SWOT analysis
- b) Pareto analysis
- c) Earned Value Management
- d) Monte Carlo simulation

15. Что представляет собой матрица RACI в контексте управления проектом?

- a) Инструмент, определяющий ответственность за выполнение задач
- b) Инструмент для анализа рисков
- c) Матрица для оценки степени важности проблем
- d) Инструмент для анализа сил, слабостей, возможностей и угроз

16. Какая метрика позволяет оценить эффективность использования бюджета в проекте?

- a) ROI (Return on Investment)
- b) ROAS (Return on Advertising Spend)
- c) CTR (Click-Through Rate)
- d) EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization)

17. Что представляет собой методология Agile в управлении проектами?

- a) Гибкая методология разработки, основанная на итеративности и инкрементальности
- b) Традиционный подход к управлению проектами с фиксированным планом и последовательными этапами
- c) Методология, ориентированная на выполнение всех задач сразу
- d) Использование строгих формальных процедур и правил

18. Что включает в себя этап инициации проекта?

- a) Определение целей проекта и определение его ограничений
- b) Планирование конкретных задач и мероприятий
- c) Выполнение работ по проекту
- d) Оценка результатов проекта и подготовка отчетности

Какой инструмент позволяет оценить силы, слабости, возможности и угрозы внешней среды проекта?

- a) Gantt chart
- b) SWOT analysis
- c) Pareto analysis
- d) RACI matrix

19. Какой метод анализа используется для определения причин, ведущих к наибольшему количеству проблем в проекте?

- a) SWOT analysis
- b) Pareto analysis
- c) Root Cause Analysis
- d) Monte Carlo simulation

20. Какой из нижеперечисленных методов является инструментом управления качеством в проекте?

- a) Control chart
- b) Fishbone diagram
- c) Histogram
- d) Scatter plot

21. Что представляет собой диаграмма Парето в контексте управления проектом?

- a) Графическое представление важности проблем и их распределения по убыванию значимости
- b) Инструмент для оценки сил, слабостей, возможностей и угроз
- c) Матрица ответственности
- d) Инструмент для анализа зависимостей между задачами

22. Какой инструмент используется для оценки степени риска в проекте?

- a) Risk Register
- b) Control chart
- c) Fishbone diagram
- d) Histogram

23. Каким образом оценивается выполнение задач в проекте?

- a) Earned Value Management
- b) Critical Path Method
- c) SWOT analysis
- d) RACI matrix

24. Каким образом происходит управление бюджетом проекта?

- a) Планирование расходов и контроль за их выполнением
- b) Определение задач и их приоритизация
- c) Анализ рынка и конкурентов
- d) Оценка потенциальных рисков и способы их устранения

25. Какой инструмент используется для визуализации последовательности и зависимостей между задачами в проекте?

- a) RACI matrix
- b) Gantt chart
- c) SWOT analysis
- d) Pareto chart

26. Какой метод анализа используется для определения основных причин проблем в проекте?

- a) SWOT analysis
- b) Pareto analysis
- c) Root Cause Analysis
- d) Monte Carlo simulation

27. Что представляет собой матрица ответственности RACI в контексте управления проектом?

- a) Инструмент, определяющий ответственность за выполнение задач
- b) Инструмент для анализа рисков
- c) Матрица для оценки степени важности проблем
- d) Инструмент для анализа сил, слабостей, возможностей и угроз

28. Какая метрика позволяет оценить эффективность использования бюджета в проекте?

- a) ROI (Return on Investment)
- b) ROAS (Return on Advertising Spend)
- c) CTR (Click-Through Rate)
- d) EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization)

29. Что означает термин "Scrum" в контексте управления проектом?

- a) Методология управления проектом, основанная на итеративном и инкрементальном разработке
- b) Команда проекта
- c) План проекта
- d) Процесс анализа рисков

30. Какой из нижеперечисленных методов наиболее эффективен для управления изменениями в проекте?

- a) Change Request Process
- b) Stakeholder Analysis
- c) Impact Assessment
- d) Risk Register

7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция как новые медиа- или коммуникационные продукты);

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1. Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка *«хорошо»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если не выполнены никакие требования.

3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

4. Интерактивные задания

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды

засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует

непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

6. Исследовательский проект

Исследовательский проект – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

7. Информационный проект (презентация):

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные

технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

8. Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

- лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;
- смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;
- смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

9. Тестирование

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий.

Оценка «*хорошо*» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если правильно выполнено менее 50%

заданий.

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная учебная литература

1. Плаксин, В. И. Актуальные проблемы в современной системе экономики: управление проектами: учебное пособие / В. И. Плаксин, Ф. В. Узунов, В. В. Узунов; под редакцией В. Н. Узунова. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2024. — 182 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140006.html>

2. Генералова, С. В. Методы и модели разработки и принятия управленческих решений: учебное пособие / С. В. Генералова. — 2-е изд. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 87 с. — ISBN 978-5-4497-2523-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134689.html>

3. Воробьева, Т. В. Управление инвестиционным проектом: учебное пособие / Т. В. Воробьева. — 4-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 145 с. — ISBN 978-5-4497-2487-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133987.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Орлов, А. И. Эконометрика: учебник / А. И. Орлов. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 525 с. — ISBN 978-5-4497-2540-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134694.html>

2. Шамис, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 с. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124747.html>

8.3. Периодические издания

1. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/>
2. World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. ISSN 2307-1605. <http://worldofmedia.ru/>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Интернет-университет информационных технологий (ИНТУИТ.ру) <http://www.intuit.ru/>
3. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/>
4. Электронная библиотечная система «Консультант студента». <http://www.studentlibrary.ru/>
5. Сайт Информационного агентства РБК – Официальный сайт [Электронный ресурс]. – www.rbk.ru/

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

выполнение самостоятельных практических работ;

подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows Server;
 2. Семейство ОС Microsoft Windows;
 3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
 4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
 5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
 6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>
- Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

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

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины.

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины,

ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются 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.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Управление продуктом

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК – 5
Профессиональные	-	ПК – 6
Профессиональные	-	ПК – 7
Профессиональные	-	ПК – 9

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК – 5	Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	ПК-5.1. Умеет создавать индивидуальные и коллективные медиапроекты определенного формата в соответствии с потребностями целевой аудиторией СМИ ПК-5.2. Владеет навыками работы в команде при разработке коллективных медиапроектов. ПК-5.3. Способен создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
ПК – 6	Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации, учитывая тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков	ПК-6.1. Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-6.2. Умеет планировать интегрированные маркетинговокоммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-6.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
ПК – 7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со

		внешней средой
ПК - 9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2 Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК – 9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК - 5		
	- технологию подготовки журналистского текста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	- навыками работы с применением современных редакционных технологий
Код компетенции	ПК - 6		
	- основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	- планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные	- навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные

		средства	средства
Код компетенции	ПК - 7		
	- основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	-координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	-навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой
Код компетенции	ПК -9		
	как совместно с дизайнерами, программистами и специалистами в сфере информационных технологий создавать медиапродукты разных форматов	- разрабатывать концепции технологий	- навыками проектирования информационных и программных продуктов

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

ХОРОШО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.

	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

Тесты

- Какой элемент является ключевым при определении целевой аудитории продукта?
 - Демографические данные
 - Цвет продукта
 - Стоимость рекламы
 - Время года
- Что такое MVP (Minimum Viable Product) в контексте разработки продукта?
 - Самый дорогой продукт
 - Продукт с минимальным набором функций
 - Продукт, предназначенный для VIP-клиентов
 - Продукт, прошедший все стадии тестирования
- Какой метод используется для оценки эффективности рекламной кампании?
 - SWOT-анализ
 - PEST-анализ
 - ROI (Return on Investment)
 - BCG-матрица
- Что означает термин "кросс-платформенность" в медиаменеджменте?
 - Сотрудничество с конкурентами
 - Распространение контента через разные платформы
 - Использование разных форматов рекламы
 - Управление несколькими продуктами одновременно
- Какой KPI (ключевой показатель эффективности) важен для оценки успеха медиапродукта?
 - Количество страниц в каталоге
 - Число подписчиков в социальных сетях
 - Время загрузки веб-сайта
 - Цвет логотипа
- Какой инструмент используется для анализа конкурентной среды в медиаменеджменте?
 - Анализ Портера
 - Балансовый отчет
 - Опрос потребителей
 - Тестирование продукта
- Что такое "бренд-позиционирование"?
 - Размещение рекламы на билбордах
 - Определение места продукта на рынке

- В) Выбор цвета для логотипа
 - Г) Расстановка товаров в магазине
8. Какой процесс включает в себя идентификацию и анализ точек контакта с клиентом?
- А) Управление проектами
 - Б) Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)
 - В) Логистика
 - Г) Продажи
9. Что такое "контент-маркетинг"?
- А) Продажа контента
 - Б) Создание и распространение ценного контента
 - В) Маркетинг через социальные сети
 - Г) Реклама в СМИ
10. Какая стратегия используется для увеличения охвата аудитории?
- А) Снижение цен
 - Б) Улучшение качества продукта
 - В) Расширение каналов распространения
 - Г) Повышение зарплат сотрудникам
11. Какой инструмент анализа рынка помогает определить сильные и слабые стороны продукта?
- А) Анализ Портера
 - Б) SWOT-анализ
 - В) PEST-анализ
 - Г) Анализ цепочки создания стоимости
12. Что включает в себя понятие "продуктовый портфель"?
- А) Все продукты компании
 - Б) Один конкретный продукт
 - В) Продукты конкурентов
 - Г) Рекламные материалы продукта
13. Какая модель описывает жизненный цикл продукта?
- А) Модель Айды
 - Б) Модель 4Р
 - В) Модель жизненного цикла продукта (PLC)
 - Г) Модель 5 сил Портера
14. Что такое "ценностное предложение" продукта?
- А) Стоимость продукта в денежном выражении
 - Б) Уникальное преимущество продукта
 - В) Количество продукта на складе
 - Г) Время, необходимое для создания продукта
15. Какой метод используется для определения цены продукта?
- А) Метод целевой прибыли
 - Б) Метод себестоимости плюс наценка
 - В) Метод последователя
 - Г) Метод лидера
16. Что такое "сегментация рынка"?
- А) Разделение рынка на отдельные группы потребителей
 - Б) Установление единой цены для всех продуктов
 - В) Выбор самого дешевого канала распространения
 - Г) Разработка универсального продукта для всех сегментов
17. Какой фактор является определяющим при выборе канала распространения?
- А) Цвет продукта

- Б) Вкусовые предпочтения целевой аудитории
 - В) Доступность продукта для потребителя
 - Г) Сезонность продукта
18. Что такое "бренд-эквити"?
- А) Стоимость бренда в денежном выражении
 - Б) Доля рынка, которую занимает бренд
 - В) Восприятие бренда потребителями
 - Г) Количество рекламных акций бренда
19. Какой процесс включает в себя разработку новых идей для продукта?
- А) Брендинг
 - Б) Продвижение
 - В) Инновации
 - Г) Позиционирование
20. Какой термин описывает процесс привлечения внимания к продукту через различные каналы коммуникации?
- А) Реклама
 - Б) Продажи
 - В) Паблик рилейшнз (PR)
 - Г) Мерчандайзинг
21. Какой метод оценки эффективности рекламной кампании считается наиболее точным?
- А) Опросы потребителей
 - Б) Анализ конверсии
 - В) Измерение узнаваемости бренда
 - Г) Расчет ROI (возврат инвестиций)
22. Что такое "маркетинговый микс"?
- А) Сочетание различных видов рекламы
 - Б) Комбинация продукта, цены, места и продвижения
 - В) Смесь маркетинговых стратегий
 - Г) План распределения бюджета на маркетинг
23. Как называется процесс определения целевых потребителей продукта?
- А) Сегментация рынка
 - Б) Позиционирование
 - В) Таргетинг
 - Г) Брендинг
24. Какой элемент не является частью 4Р маркетингового микса?
- А) Продукт
 - Б) Цена
 - В) Продвижение
 - Г) Пакетирование
25. Что означает термин "USP" (уникальное торговое предложение)?
- А) Универсальные стандарты производства
 - Б) Уникальные сильные позиции
 - В) Уникальное торговое предложение
 - Г) Универсальные стратегии продаж
26. Какой инструмент используется для анализа конкурентной среды?
- А) SWOT-анализ
 - Б) Анализ Портера
 - В) BCG матрица
 - Г) Модель 4Р
27. Что такое "кросс-промоушн"?

- А) Продвижение продукта на кроссовках
 - Б) Совместное продвижение с другими брендами
 - В) Продвижение продукта через социальные сети
 - Г) Реклама продукта на транспорте
28. Какой термин описывает изменение восприятия бренда потребителями?
- А) Ребрендинг
 - Б) Позиционирование
 - В) Смена имиджа
 - Г) Маркетинговая кампания
29. Что такое "продуктовая линейка"?
- А) Последовательность выпуска продуктов
 - Б) Ассортимент продуктов одного бренда
 - В) Стратегия ценообразования
 - Г) План развития нового продукта
30. Какой процесс включает в себя анализ отзывов потребителей для улучшения продукта?
- А) Контроль качества
 - Б) Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM)
 - В) Мониторинг социальных сетей
 - Г) Разработка продукта

Примерный список вопросов

1. Какие основные принципы управления проектами существуют?
2. Каковы основные шаги в процессе управления проектом?
3. Какие инструменты и методики используются при управлении проектами в медиакоммуникациях?
4. Какие особенности управления проектами в сфере медиакоммуникаций?
5. Каковы основные роли и обязанности участников проектной команды?
6. Какие основные риски сопутствуют проектам в медиакоммуникациях и как их можно минимизировать?
7. Каким образом составляется план проекта?
8. Какие ключевые метрики используются для оценки эффективности проекта в медиакоммуникациях?
9. Какие методы использования ресурсов проекта можно применить для оптимизации процесса?
10. Как происходит управление бюджетом в проектах медиакоммуникаций?
11. Какие этапы включает в себя жизненный цикл проекта в медиакоммуникациях?
12. Какие методы коммуникации используются для согласования и обмена информацией в проектной команде?
13. Как проводится анализ заинтересованных сторон (стейкхолдеров) проекта в медиакоммуникациях?
14. Каким образом формируется и управляется проектная команда?
15. Как происходит планирование рисков в проектах медиакоммуникаций?
16. Как происходит контроль за выполнением проектных задач в медиакоммуникациях?
17. Каким образом определяются и управляются изменения в проекте медиакоммуникаций?
18. Какие методы принятия решений используются в проектах медиакоммуникаций?
19. Каким образом оценивается качество проекта в медиакоммуникациях?

20. Какие типы конфликтов могут возникнуть в проектной команде и как их разрешать?
21. Как проводится оценка эффективности проекта и какие могут быть рекомендации по его улучшению?
22. Как происходит управление временем в проектах медиакоммуникаций?
23. Какие методы мотивации персонала применяются в проектной команде медиакоммуникаций?
24. Какие особенности управления информацией в проектах медиакоммуникаций?
25. Каким образом осуществляется адаптивное управление проектами в сфере медиакоммуникаций?
26. Какими методами управления конфликтами можно воспользоваться в проектной команде медиакоммуникаций?
27. Как происходит оценка рисков и какие меры могут быть приняты для их управления в медиакоммуникационных проектах?
28. Каким образом проводится оценка стоимости проекта и какие могут быть методы снижения бюджетных издержек?
29. Какие инструменты и методики контроля качества используются в проектах медиакоммуникаций?
30. Каким образом происходит подготовка и презентация проектных отчетов в медиакоммуникациях?
31. Какие методы и инструменты используются для управления общественными коммуникациями в рамках проекта медиакоммуникаций?
32. Каким образом определяются и анализируются требования заказчика в проектах медиакоммуникаций?
33. Какие основные этапы процесса планирования проекта в медиакоммуникациях?
34. Каким образом определяются ключевые моменты успеха проекта в медиакоммуникациях?
35. Как происходит управление изменениями в проекте медиакоммуникаций и какие методы используются для минимизации негативных последствий?
36. Как проводится оценка и выбор поставщиков услуг и ресурсов для проекта медиакоммуникаций?
37. Каким образом формируются коммуникационные планы для проекта медиакоммуникаций?
38. Какие методы и технологии используются для визуализации проектных данных и прогресса в медиакоммуникациях?
39. Каким образом происходит оценка и анализ рыночной конкуренции в рамках проекта медиакоммуникаций?
40. Какие методы прогнозирования и анализа рисков применяются в проектах медиакоммуникаций?
41. Как проводится оценка и управление качеством продукции и услуг в рамках проекта медиакоммуникаций?
42. Каким образом определяются и управляются интересы заинтересованных сторон проекта медиакоммуникаций?
43. Каким образом происходит планирование и управление ресурсами в проектах медиакоммуникаций?
44. Каким образом формируются и управляются команды в рамках проекта медиакоммуникаций?
45. Как происходит оценка и управление степенью удовлетворенности клиентов и пользователей в рамках проекта медиакоммуникаций?

46. Каким образом определяются и управляются зависимости между задачами и этапами в проекте медиакоммуникаций?
47. Как проводится анализ и оценка технической и технологической готовности проекта медиакоммуникаций?
48. Каким образом управляется процесс обратной связи и реакция на отзывы в проектах медиакоммуникаций?
49. Как происходит планирование и управление коммуникациями с заинтересованными сторонами в проекте медиакоммуникаций?
50. Какие методы и инструменты используются для оценки и управления уровнем риска в проектах медиакоммуникаций?

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Подготовка исследовательских проектов по темам:

1. Анализ влияния корпоративной культуры на эффективность работы сотрудников в медиакомпании.
2. Исследование методов мотивации и стимулирования персонала в медиаиндустрии: лучшие практики и вызовы.
3. Роль лидерства в управлении творческими сотрудниками в медиакомпании: стратегии и методы.
4. Анализ влияния оценки производительности на мотивацию и результативность работы сотрудников в медиаиндустрии.
5. Исследование проблем и вызовов управления персоналом в онлайн-медиа: особенности и эффективные стратегии решения.
6. Влияние диверсификации сотрудников на инновационные процессы и конкурентоспособность медиакомпаний.
7. Роль внутренней коммуникации в управлении персоналом в медиаиндустрии: оптимизация процессов и инструменты.
8. Исследование влияния обучения и развития на удовлетворенность и лояльность персонала в медиакомпании.
9. Развитие soft skills сотрудников в медиаиндустрии: методы, преимущества и вызовы.
10. Анализ влияния гибких форм занятости на производительность и мотивацию сотрудников в медиакомпании.
11. Разработка и внедрение программы управления диверсификацией сотрудников в медиаиндустрии: опыт и рекомендации.
12. Исследование проблем и вызовов управления проектами в медиакомпании: оптимизация процессов и методы управления.
13. Влияние виртуальных команд на эффективность работы и удовлетворенность сотрудников в медиакомпании: анализ лучших практик.
14. Анализ влияния корпоративных образовательных программ на профессиональное развитие сотрудников в медиаиндустрии.
15. Развитие системы обратной связи с сотрудниками в медиакомпании: улучшение процессов и инструменты.

Информационный проект

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Создание онлайн-портала о лучших практиках управления персоналом в

медиаиндустрии.

2. Разработка видеокурса о методах мотивации персонала в медиакомпании.
3. Интерактивная презентация о важности развития soft skills у сотрудников в медиаиндустрии.
4. Веб-сайт о принципах лидерства и их применении в управлении персоналом в медиаиндустрии.
5. Онлайн-журнал о последних тенденциях в управлении конфликтами в медиакомпании.
6. Разработка мобильного приложения для оценки удовлетворенности сотрудников и выявления проблемных ситуаций в медиакомпании.
7. Создание видеоблога о лучших практиках обучения и развития персонала в медиаиндустрии.
8. Подготовка аудиоподкаста о роли внутренней коммуникации в медиакомпании и ее влиянии на эффективность работы.
9. Создание электронной книги о стратегиях управления проектами в медиакомпании.
10. Разработка онлайн-квиза о тенденциях и вызовах управления персоналом в медиаиндустрии.
11. Информационная презентация о влиянии гибких форм занятости на организационную культуру и производительность в медиакомпании.
12. Создание вебинара о методах управления изменениями в медиакомпании с целью минимизации сопротивления персонала.
13. Подготовка видеоролика о роли HR-аналитики в управлении персоналом в медиаиндустрии.
14. Разработка онлайн-платформы для обмена опытом и идеями по управлению персоналом между профессионалами в медиакоммуникациях.
15. Создание блога о современных тенденциях и новых подходах в управлении персоналом в медиаиндустрии.

Творческое задание

1. Создание короткометражного фильма о типичных ситуациях управления персоналом в медиакомпании.
2. Разработка серии комиксов о забавных и необычных случаях управления персоналом в медиаиндустрии.
3. Составление игрового сценария для ролевой игры, смоделированной на ситуациях управления персоналом в медиакомпании.
4. Создание интерактивной доски объявлений с заданиями и кейсами по управлению персоналом в медиаиндустрии.
5. Организация творческого конкурса на лучший дизайн инновационной системы мотивации сотрудников в медиакомпании.
6. Проведение творческой встречи-брейншторма для разработки новых идей по управлению персоналом в медиаиндустрии.
7. Создание коллекции мультимедийных презентаций о ключевых аспектах управления персоналом в медиакомпании.
8. Разработка инновационной игры с элементами геймификации для обучения основам управления персоналом в медиаиндустрии.
9. Организация творческого проекта по созданию плакатов с мотивационными цитатами для сотрудников медиакомпаний.

10. Проведение творческого конкурса на лучший рекламный ролик о значимости командной работы в медиаиндустрии.
11. Разработка интерактивного веб-приложения для самооценки профессиональных компетенций в области управления персоналом в медиакомпании.
12. Создание арт-инсталляции, отражающей идеи и принципы эффективного управления персоналом в медиакомпании.
13. Организация творческого мастер-класса по созданию мотивационных видео для сотрудников медиакомпаний.
14. Проведение креативного соревнования на разработку дизайна и содержания внутреннего информационного портала для сотрудников медиакомпаний.
15. Создание театрализованной постановки, иллюстрирующей ситуации управления персоналом в медиакомпании и способы их решения.
16. Разработка творческого проекта по созданию графических рассказов о успешных кейсах управления персоналом в медиаиндустрии.
17. Организация киноклуба для просмотра и обсуждения фильмов и сериалов, иллюстрирующих особенности управления персоналом в медиакомпании.
18. Проведение творческого конкурса на создание логотипа и слогана для программы обучения и развития персонала в медиаиндустрии.
19. Создание коллекции творческих открыток с пожеланиями и вдохновляющими сообщениями для сотрудников медиакомпаний.
20. Разработка инновационного проекта по созданию виртуальной реальности для обучения основам управления персоналом в медиаиндустрии.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации:

1. Каковы основные этапы жизненного цикла медиапродукта?
2. Какие факторы необходимо учитывать при планировании медиапродукта?
3. Какие методы оценки эффективности медиапродукта вы знаете?
4. Каким образом можно измерить вовлеченность аудитории в использование медиапродукта?
5. Какие стратегии монетизации медиапродукта существуют?
6. Какие технологии и инструменты используются для управления медиапродуктом?
7. Какова роль аналитики данных в управлении медиапродуктом?
8. Какие вызовы связаны с управлением контентом в медиапродукте?
9. Какие подходы к управлению брендом медиапродукта выделяются как наиболее эффективные?
10. Какие правовые и этические аспекты необходимо учитывать при управлении медиапродуктом?
11. Какие особенности целевой аудитории важны при разработке медиапродукта?
12. Какие критерии используются для определения успешности медиапродукта на рынке?
13. Какие стратегии повышения лояльности аудитории медиапродукта вы знаете?
14. Какие инновационные подходы к распространению медиапродуктов существуют?
15. Каким образом изменения в технологиях влияют на управление медиапродуктом?
16. Какие юридические аспекты необходимо учитывать при создании медиапродукта?
17. Какие этические проблемы могут возникнуть при управлении медиапродуктом?
18. Какие методы управления рисками применяются в медиакommunikациях?
19. Какие факторы влияют на выбор платформы для распространения медиапродукта?

20. Каковы основные принципы создания контента для мультиплатформенного медиапродукта?

21. Какие показатели KPI наиболее важны для оценки успеха медиапродукта?

22. Какие стратегии контент-маркетинга эффективны для продвижения медиапродуктов?

23. Какие основные тенденции в медиакommunikациях влияют на управление продуктом?

24. Какие методы прогнозирования спроса на медиапродукты вы знаете?

25. Какие факторы необходимо учитывать при локализации медиапродукта для разных рынков?

26. Какие техники сторителлинга наиболее эффективны в медиапродуктах?

27. Какие инструменты анализа конкурентов используются в управлении медиапродуктом?

28. Какие подходы к управлению кризисами применяются в медиакommunikациях?

29. Какие методы управления проектами применяются при создании медиапродуктов?

30. Каковы основные принципы эффективного взаимодействия с заинтересованными сторонами в процессе управления медиапродуктом?

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и

смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.