

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультете экономический

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования — первый
проректор

Т.А. Хагуров

подпись

«30» мая 2025г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.27 Основы проектной деятельности

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) Все профили

(наименование направленности (профиля))

Форма обучения очная, очно-заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация Бакалавр

Краснодар 2025

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины Цель дисциплины – сформировать целостное представление о проектной деятельности, а также навыки практического использования инструментария проектной деятельности для реализации профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

1.2 Задачи дисциплины

– сформировать у обучающихся целостное представление о проектной деятельности как комплексе последовательных действий, основанных на результатах целеполагания, учете контекстуальных и ресурсных возможностей и ограничений;

– сформировать представления о социальном проектировании и его роли в решении проблем общественного развития, отдельных социально-демографических групп, а также сформировать навыки применения инструментария проектной деятельности в социальной, культурной сферах;

– познакомить обучающихся с институциональными возможностями и перспективами осуществления проектной деятельности в рамках педагогического подхода «Обучение служением» и его частных формах;

– сформировать у обучающихся знания и навыки разработки коммерческого проекта в форме минимально жизнеспособного продукта на основе применения совокупности методов, средств и программного обеспечения, используемых для планирования, организации, выполнения и контроля работ в рамках проекта с целью достижения поставленных бизнес-целей, а также поиска источников финансирования проекта;

– познакомить обучающихся с проектами в сфере культуры и креативных индустрий, практиками их разработки и реализации, а также спецификой в качестве уникальных объектов интеллектуальной собственности.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы проектной деятельности» относится к обязательной части, Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет, курсовой проект.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОПОП и базируется на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин как: «Математика», «Русский язык», «теория управления», теория организации».

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин как «Менеджмент», «Управление изменениями», «Бизнес-планирование».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
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	
ИУК – 2.3 Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач	- Знает принципы методологии для решения профессиональных задач; - Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; - Знает основные методы оценки разных способов решения задач. - Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; - Умеет применять принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. - Владеет методиками разработки цели и задач проекта; - Владеет методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта.
ИУК-2.4 Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария	- Знает способы решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария; - Знает действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. - Умеет выбрать оптимальный решение задачи, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария; - Умеет анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; - Умеет использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности. - Владеет навыками обоснования проблемы; - Владеет навыками оценки рисков на основе проектного инструментария
ПК - 2	
ИПК -	
ИПК -	

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Форма обучения
------------	--	----------------

		Всего часов	очная	очно-заочная
			4 семестр (часы)	4 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:			68,2	38,2
Аудиторные занятия (всего):			54	24
занятия лекционного типа			18	12
лабораторные занятия			-	-
практические занятия			-	-
семинарские занятия			36	12
Иная контактная работа:			14,2	14,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)			4	4
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,2	0,2
Курсовой проект			10	10
Самостоятельная работа, в том числе:			39,8	69,8
<i>Проработка теоретического материала</i>			9	12
<i>Работа над проектными сессиями</i>			20	40
<i>Реферат</i>			10,8	17,8
Подготовка к текущему контролю				
Контроль:				
Подготовка к зачету				
Общая трудоемкость	час.		108	108
	в том числе контактная работа		68,2	38,2
	зач. ед		3	3

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (2 курсе) (*очная/очно-заочная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основы проектной деятельности: контуры предметного поля	5/8	1/1	2/1		2/6
2.	Социальное проектирование в профессиональной сфере	5/9	1/1	2/1		2/7
3.	Создание и реализация общественного проекта (Обучение служением)	10/9	2/1	4/1		4/7
4.	Проектная деятельность в сфере технологического предпринимательства	10/9	2/1	4/1		4/7
5.	Проектная деятельность в сфере креативных индустрий	10/9	2/1	4/1		4/7
6.	Сущность управления проектами. Классификация проектов: типы и виды проектов	11/11	2/2	4/2		5/7
7.	Базовые концепции управления проектами	11/11	2/2	4/2		5/7

8.	Организация проектного финансирования. Риски и мероприятия по их снижению.	10/9	2/1	4/1		4/7
9.	Методы управления проектами	11/9	2/1	4/1		5/7
10.	Оценка экономической эффективности проекта	10,8/9,8	2/1	4/1		4,8/7,8
	ИТОГО по разделам дисциплины	93,8/93,8	18/12	36/12		39,8/69,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4/4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2/0,2				
	Курсовой проект	10/10				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108/108	18/12	36/12		108/108

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Основы проектной деятельности: контуры предметного поля	Содержание и признаки проекта. Ключевые компоненты проектной деятельности. Проектная и процессная деятельность в организации. Типы проектов. Системная модель проектного менеджмента. Жизненный цикл проекта и его этапы. Организация проектной команды. Компетентностная модель проектной деятельности. Основное содержание паспорта проекта. Институциональное регулирование проектной деятельности: PMBOK, PMI. Стандарты UNIDO, TACIS, ЕБРР, BFM Group, KPMG.	Краткий опрос
2.	Социальное проектирование в профессиональной сфере	Понятие и отличительные особенности социального проекта. Виды социальных проектов. Субъекты разработки и реализации социально полезных проектов в негосударственном секторе. Институты поддержки социальных инициатив и механизмы межсекторного партнерства в Российской Федерации. Социальное проектирование: основные этапы. Способы актуализации социальной проблематики. Целеполагание, формулирование качественных и количественных показателей проекта. Управление материальными и нематериальными (человеческими, социальными и др.) ресурсами в условиях ограничений: рационализация, оптимизация, партнерство. Планирование событий и медийного сопровождения проекта. Организация отчетно-аналитической работы в условиях внешнего финансирования социального проекта.	Краткий опрос
3.	Создание и реализация общественного проекта (Обучение служением)	Специфика и ценности федеральной программы «Обучение служением». «Обучение служением» и волонтерство. «Обучение служением» как инструмент реализации Третьей миссии университетов. Полезные эффекты от участия в обучении служением. Социальная значимость профессии государственного и муниципального служащего. Виды социальных партнеров и специфика работы с НКО по реализации социально значимых проектов. Поиск	Краткий опрос

		социальных задач. Взаимодействие с социальными партнерами в рамках реализации социально значимого проекта. Алгоритмы работы с платформой «Добро.рф», учитывая её роль в реализации Федеральной программы «Обучение служением». Этапы общественно значимой проектной деятельности. Рефлексия как важная составляющая обучения служением. Доказательные практики и наставничество в социальном проектировании. Внедрение результатов проекта в реальные условия.	
4.	Проектная деятельность в сфере технологического предпринимательства	развития технологического предпринимательства. Инфраструктура технологического предпринимательства. Управление инновационными процессами в технологическом предпринимательстве. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план. Управление коммерциализацией технологических инноваций. Разработка и вывод продукта на рынок. Формирование бизнес-идей как основа организации стартапа. Инструменты привлечения финансирования.	Краткий опрос
5.	Проектная деятельность в сфере креативных индустрий	Понятие креативных индустрий и их роль в современной экономике. Определение креативных индустрий и классификация креативных отраслей: дизайн, кино, музыка, литература, мода, цифровые медиа, реклама и др. Экономическое значение креативных индустрий и тренды развития креативной экономики: цифровизация, гиг-экономика, платформенные модели. Специфика проектов в креативных отраслях: уникальность, зависимость от талантов, высокая степень неопределённости. Финансирование и бизнес-модели креативных проектов. Монетизация творческого продукта: лицензии, подписки, токены и др.	Краткий опрос
6.	Сущность управления проектами. Классификация проектов: типы и виды проектов	Классификация проектов по типологическим признакам. Типы проектов по сферам деятельности (технический, организационный, экономический, социальный, смешанный). Классы проектов (монопроекты, мультипроекты, мегапроекты). Виды проектов (инвестиционный, инновационный, научно-исследовательский, учебно-образовательный, смешанный).	Краткий опрос в начале лекции
7.	Базовые концепции управления проектами	Нормативно-правовые акты Российской Федерации и регионов по регулированию проектно-инвестиционной деятельности. Выбор темы. Определение степени значимости темы проекта. Требования к выбору и формулировке темы. Актуальность и практическая значимость проекта. Определение типа проекта, цели, задач и актуальности проекта. Способы определения цели проекта. Целеполагание и его эффективность. Управление сроками проекта, стоимостью (бюджетом), стейкхолдерами, коммуникациями.	Краткий опрос в начале лекции
8.	Организация проектного финансирования. Риски и мероприятия по их снижению.	Объем инвестиций. Объем финансирования проекта по источникам и периодам. Условия предоставления кредитов. План доходов и расходов. План движения денежных средств. Прогнозный баланс. Оценка проектных рисков. Анализ безубыточности. Анализ чувствительности. Разработка мероприятий по снижению проектных рисков. Анализ альтернативных вариантов вложения ресурсов.	Краткий опрос в начале лекции

9.	Методы управления проектами	Метод Ганта. Метод критического пути. Метод оценки и пересмотра планов (метод PERT). Метод Agile. Метод Scrum. Маркетинговый анализ (фирма, проект, рынок, продукт, конкуренты). Ценообразование. Реклама и продвижение продукта на рынке. Финансовое обеспечение плана маркетинга.	Краткий опрос в начале лекции
10.	Оценка экономической эффективности проекта	Основные принципы оценки инвестиционного проекта. Критерии оценки инвестиционных проектов (Простые и дисконтированные методы оценки экономической эффективности инвестиций). Оценка финансовой реализуемости проекта.	Краткий опрос в начале лекции

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические занятия)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Основы проектной деятельности: контуры предметного поля	Специфические характеристики проектной деятельности. Характеристика понятий проектирование, проектная деятельность. Соотношение понятий проектирование, прогнозирование, конструирование, моделирование, планирование. Результаты проектной деятельности. Возможности использования проектной деятельности в решении проблем в профессиональной сфере.	Реферат, обсуждение
2.	Методы работы с источниками информации по проекту	Виды источников информации для проектной деятельности. Институциональное регулирование проектной деятельности: PMBOK, PMI. Стандарты UNIDO, TACIS, ЕБРР, BFM Group, KPMG. Информационные ресурсы (интернет - ресурсы). Правила и особенности информационного поиска информации для проекта в Интернете. Отбор, фиксация и обобщение информации.	Реферат, обсуждение
3.	Сущность управления проектами	Основные понятия управления проектами. Краткая история управления проектами в России и зарубежом. Жизненный цикл проекта.	Сущность управления проектами
4.	Классификация проектов: типы и виды проектов	Классификация проектов по типологическим признакам (по доминирующей в проекте деятельности; по предметно-содержательной области; по характеру координации проекта; по характеру контактов; по количеству участников проекта; по продолжительности выполнения проекта и др.). Типы проектов по сферам деятельности (технический, организационный, экономический, социальный, смешанный). Классы проектов (монопроекты, мультипроекты, мегапроекты). Виды проектов (инвестиционный, инновационный, научно-исследовательский, учебно-образовательный, смешанный).	Классификация проектов: типы и виды проектов
5..	Социальное проектирование в профессиональной сфере	Практические занятия в форме проектных сессий (Работа в проектных командах. Разработка проектов (на выбор в соответствии с профессиональной сферой)). Проектная сессия № 1. Формулирование проблемы, на решение которой направлен проект, и актуальности проекта.	подготовка проекта

6.	Создание и реализация общественного проекта (Обучение служением)	Проектная сессия № 2. Формулирование цели и задач социального проекта. Определение продукта проекта. Формулирование ожидаемых результатов и социальных эффектов от реализации проекта. Проектная сессия № 3. Мероприятия календарного плана. Проектная сессия № 4. Команда проекта, её задел. Проектная сессия № 5. Бюджет и партнеры проекта. Проектная сессия № 6. Продвижение результатов во внешней среде.	подготовка проекта
7.	Проектная деятельность в сфере технологического предпринимательства	Практические занятия в форме проектных сессий (Работа в проектных командах. Разработка проектов (на выбор в соответствии с профессиональной сферой)). Проектная сессия № 1. Разработка продукта (product development) и развитие клиента (customer development). Проектная сессия № 2. Создание уникального предложения для клиента (Value Proposition Canvas). Проектная сессия № 3. UNIT экономика бизнес-проекта. Проектная сессия № 4. Стартап-экосистема: поддержка государства и бизнеса	подготовка проекта
8.	Проектная деятельность в сфере креативных индустрий	Практические занятия в форме проектных сессий (Работа в проектных командах. Разработка проектов (на выбор в соответствии с профессиональной сферой)). Проектная сессия № 1 Аналитика успеха креативного стартапа в индустрии цифровых медиа. Проектная сессия № 2 Бизнес-модель креативного проекта. Проектная сессия № 3 Продвижение креативного продукта: стратегии и каналы Проектная сессия № 4 Краудфандинг: сбор средства на творческий проект	подготовка проекта
9.	Планирование проекта	Нормативно-правовые акты Российской Федерации и регионов по регулированию проектно-инвестиционной деятельности. Выбор темы. Определение степени значимости темы проекта. Требования к выбору и формулировке темы. Актуальность и практическая значимость проекта. Определение типа проекта, цели, задач и актуальности проекта. Способы определения цели проекта. Целеполагание и его эффективность.	Реферат, обсуждение, подготовка проекта
10.	Базовые концепции управления проектами	Управление сроками проекта, стоимостью (бюджетом), стейкхолдерами, коммуникациями. - Определить перечень действий (от 12 до 25) - Сроки выполнения - Количество ответственных лиц и исполнителей (не менее 2 человек) - Требуемые ресурсы	Реферат, обсуждение, подготовка проекта
11.	Сетевое планирование проекта	Осуществить сетевое планирование проекта и с его помощью оценить реальную длительность проекта, включая следующие действия: - Составление сетевого графика - Определение продолжительности выполнения действий (как вариант, можно указать минимальную, максимальную и наиболее вероятную продолжительность действия) - Определение ранних и поздних сроков выполнения действий - Определение резервов времени по каждому событию	Реферат, обсуждение, подготовка проекта
12.	Календарный план проекта	Составить календарный план-график проекта (график Ганта), указав на нем критический путь, а также указать рядом с каждым действием ответственных лиц и исполнителей. Определить длительность проекта по методу PERT.	Реферат, обсуждение, подготовка проекта

13.	Методы управления проектами	Метод Ганта. Метод критического пути. Метод оценки и пересмотра планов (метод PERT). Метод Agile. Метод Scrum. Маркетинговый анализ (фирма, проект, рынок, продукт, конкуренты). Ценообразование. Реклама и продвижение продукта на рынке. Финансовое обеспечение плана маркетинга.	Реферат, обсуждение, подготовка проекта
14.	Внутренняя и внешняя среда реализации проекта	Внутренняя среда реализации проекта. Понятие и элементы внутренней среды. Оценка ресурсов и потребности в финансировании. Анализ внутренней среды предприятия. Внешняя среда реализации проекта. Понятие и состав внешней среды реализации проекта (микро-, мезо-, макросреда). Анализ внешнего окружения (PEST-анализ, SWOT-анализ, матрица McKinsey, матрица Ансоффа, модель 5 сил Портера, анализ конкурентов).	Реферат, обсуждение, подготовка проекта
15.	Маркетинговый анализ	Маркетинговый анализ (фирма, проект, рынок, продукт, конкуренты). Ценообразование. Реклама и продвижение продукта на рынке. Финансовое обеспечение плана маркетинга. Потенциальная емкость рынка сбыта и тенденции её изменения. Конкуренция на рынке сбыта. Оценка доли рынка и объёма продаж. Характеристика рынка сырья. Классификация поставщиков сырья. Цели маркетинга. Общая стратегия маркетинга. Маркетинговый анализ (фирма, проект, рынок, продукт, конкуренты).	Реферат, обсуждение, подготовка проекта
16.	Организация проектного финансирования. Риски и мероприятия по их снижению.	Объем инвестиций. Объем финансирования проекта по источникам и периодам. Условия предоставления кредитов. План доходов и расходов. План движения денежных средств. Прогнозный баланс. Оценка проектных рисков. Анализ безубыточности. Анализ чувствительности. Разработка мероприятий по снижению проектных рисков. Анализ альтернативных вариантов вложения ресурсов.	Реферат, обсуждение, подготовка проекта
17.	Оценка экономической эффективности проекта	Основные принципы оценки инвестиционного проекта. Критерии оценки инвестиционных проектов (Простые и дисконтированные методы оценки экономической эффективности инвестиций). Оценка финансовой реализуемости проекта.	Реферат, обсуждение, подготовка проекта
18.	Итоговая оценка результатов проектной деятельности. Составление паспорта проекта	Проанализировать проект по всем составляющим проектного анализа, оценить инвестиционную привлекательность проекта с учетом анализа рисков. Составить паспорт проекта.	Завершение проекта

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), подготовка проекта (П), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Тематика курсовых проектов (Менеджмент)

1. Разработка проекта проведения рекламной кампании.
2. Управление и моделирование рисков реализации проекта по созданию нового продукта и анализ вероятности успеха (АО Тандер).
3. Проектирование и организация работы по взаимодействию образовательного учреждения с бизнес-средой.
4. Формирование инновационной инфраструктуры региона (города) на основе принципа комплексности.
5. Ресурсное обеспечение процесса реализации проекта в образовательной среде.
6. Обоснование проектного подхода к решению проблемы обеспечения инвестиционной привлекательности туристической отрасли региона.

7. Обоснование проектного подхода к решению проблемы обеспечения инвестиционной привлекательности рыбоперерабатывающей отрасли региона.
8. Принципы разработки индикативных показателей для проекта «Альтернативные источники энергии для нужд агропромышленного комплекса.....региона».

Тематика курсовых проектов по ОПД (Менеджмент, умб)

1. Разработка проекта проведения рекламной кампании в малом бизнесе.
2. Управление и моделирование рисков реализации проекта по созданию нового продукта и анализ вероятности успеха.
3. Управление и моделирование рисков реализации проекта по созданию новой услуги для туристической фирмы и анализ вероятности успеха.
4. Проектное решение проблемы развития малого семейного бизнеса.
5. Варианты проектного решения проблем малого и среднего бизнеса в цифровой среде.
6. Проектное решение проблемы развития малого семейного бизнеса.
7. Разработка проекта проведения рекламной кампании.
8. Обоснование проектного подхода к решению проблемы обеспечения инвестиционной привлекательности туристического предприятия.

Тематика проектов по модулю «Обучение Служением»;

1. Разработка стратегии привлечения молодежи к социальному служению: Проект, направленный на создание инициатив, которые будут интересны молодежи и побудят их участвовать в служении.
2. Управление проектированием значимых объектов городской инфраструктуры.
3. Проектирование организации тренинга по лидерству для молодежи: Проект, направленный на обучение молодых людей основам лидерства и управления командами в контексте служения.
4. Проектирование комфортной оптимальной среды для культурного, интеллектуального развития.
5. Проектирование системы управления экологическим поведением жителей г. Краснодара на основе маркетингового подхода.
6. Проектирование городской среды для инвалидов по слуху.
7. Организация деятельности приютов для домашних животных на основе проектного метода.
8. Проектные предложения по направлению «Городская среда для молодежи».
9. Проектное решение проблемы занятости работающих/неработающих пенсионеров (на региональном материале).
10. Проект «Волонтеры» как способ поддержки экологической деятельности в регионе.
11. Принципы разработки проекта «Молодежная наука – региону».
12. Сетевой принцип взаимодействия как организационная стратегия деятельности детских спортивных школ.
13. Проектные предложения по адаптации переселенцев в Краснодарский край.
14. Проектирование деятельности малого бизнеса в системе общепита.
15. Проектирование деятельности органов власти в рамках проекта «Вовлечение молодежи в некоммерческие общественные организации».
16. Проектные предложения по направлению «Организация экологического туризма в Краснодарском крае».

17. Варианты проектного решения проблемы популяризации системы электронных муниципальных услуг.
18. Проектирование развития системы городского транспорта в г. Краснодаре.
19. Преимущества проектного решения проблемы организации летнего отдыха школьников в регионе.
20. Реализация комплексного принципа в проектном решении проблемы формирования культурной среды малого муниципального образования.
21. Проектирование системы реализации новых требований к профессиональной компетентности учителя.

Тематика проектов по модулю «Креативные индустрии»

1. Проектирование маркетинговой стратегии для стартапа в креативной сфере: Создание комплексного плана продвижения нового продукта или услуги, ориентированного на творческую аудиторию.
2. Организация и планирование креативного решения проблемы популяризации профессии преподавателя высшей школы.
3. Разработка и управление проектом подготовки команды для конкурсных выступлений.
4. Исследование влияния социальных медиа на креативные индустрии: Проведение анализа использования социальных платформ для продвижения творческих проектов и брендов, а также разработка рекомендаций по эффективному использованию этих каналов.

Тематика проектов по модулям «Технологическое предпринимательство»

1. Разработка стратегии выхода на международные рынки для IT-компании: Создание плана по экспансии на зарубежные рынки с учетом культурных и экономических особенностей.
2. Современные информационные технологии в управлении.
3. Создание обучающей платформы для стартапов в сфере технологий: Разработка онлайн-курсов и ресурсов для предпринимателей, которые хотят развивать свои технологические идеи.
4. Моделирование проблем при создании бизнеса с использованием ИИ.

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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Подготовка к проектным сессиям	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по направлению подготовки ... Методические рекомендации по организации проектной деятельности студентов по направлению подготовки ...
2	Подготовка и защита курсового проекта	Методические указания по подготовке и защите курсового проекта ...

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа, – в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, подготовка письменных аналитических, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Основы проектной деятельности».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме реферата по проблемным вопросам, ситуационных задач (кейс-стади) подготовке проекта и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету и зачетного задания, представленного в форме паспорта проекта, защищенного на публичной защите.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИУК-2.3. Использует принципы проектной	- Знает принципы методологии для	Степень участия в лекции-дискуссии.	Вопросы к зачету,

	методологии для решения профессиональных задач.	решения профессиональных задач; - Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; - Знает основные методы оценки разных способов решения задач.	Задание в малых группах «Оценка собственного опыта проектной деятельности» Презентация результатов группового проектирования	публичная защита паспорта проекта
2		- Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; - Умеет применять принципы проектной методологии для решения профессиональных задач.	Степень участия в лекции-дискуссии. Задание в малых группах «Оценка собственного опыта проектной деятельности» Презентация результатов группового проектирования	Вопросы к зачету, публичная защита паспорта проекта
3		- Владеет методиками разработки цели и задач проекта; - Владеет методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта.	Степень участия в лекции-дискуссии. Задание в малых группах «Оценка собственного опыта проектной деятельности» Презентация результатов группового проектирования	Вопросы к зачету, публичная защита паспорта проекта
4	ИУК-2.4. Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария.	Знает способы решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария; - Знает действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность.	Степень участия в лекции-дискуссии. Задание в малых группах «Оценка собственного опыта проектной деятельности» Презентация результатов группового проектирования	Вопросы к зачету, публичная защита паспорта проекта
5		Умеет выбрать оптимальный решение задачи, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария; - Умеет анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов;	Степень участия в лекции-дискуссии. Задание в малых группах «Оценка собственного опыта проектной деятельности» Презентация результатов группового проектирования	Вопросы к зачету, публичная защита паспорта проекта

		- Умеет использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.		
6		- Владеет навыками обоснования проблемы; - Владеет навыками оценки рисков на основе проектного инструментария	Степень участия в лекции-дискуссии. Задание в малых группах «Оценка собственного опыта проектной деятельности» Презентация результатов группового проектирования	Вопросы к зачету, публичная защита паспорта проекта

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень вопросов и заданий

Задание в малых группах «Оценка собственного опыта проектной деятельности»

1. Обсудите в малой группе следующие вопросы:

- Имеете ли Вы опыт участия в конкретных проектах?
- В каком статусе Вы принимали участие в проекте?
- Оцените успешность реализации проекта (была ли достигнута конечная цель)?

2. Представьте от группы один конкретный пример участия в проекте. Опишите представленный пример в терминах проектной деятельности (работа с таблицей).

Критерии	Проект 1	Проект 2	Проект 3
Новизна проблемы и уникальность задач			
Наличие руководителя и спец. полномочий			
Наличие команды			
Ориентация на конечные сроки			
Ориентация на конечный результат			
Наличие проектной структуры			
Мотивация			
Наличие особых механизмов координации с другими структурами			

Работа в проектных командах. Разработка проектов (на выбор в соответствии с профессиональной сферой).

Участие студентов в проектной деятельности является важной частью практических занятий, связанных с циклом разработки и продвижения проекта. Этапы разработки проекта содержательно связаны с темами учебного курса и логикой разработки и реализации конкретной деятельности. В рамках проектирования обучающиеся актуализируют знания, полученные на лекционных занятиях, и формируют практические умения и навыки разработки проектов. Проект реализуется в малых группах (3 человека). Каждый этап группового проектирования (проектные сессии) направлен на достижение промежуточных результатов проектирования и их презентацию на практических занятиях.

Разделы: «Проектирование в профессиональной сфере / создание бизнес-проекта и управление им»

Проектная сессия № 1. Формулирование проблемы, на решение которой направлен проект, и актуальности проекта

Цель групповой практической работы – выявить и охарактеризовать экономико-управленческую проблематику проекта, определить степень её актуальности. экономической целесообразности и значимости.

Подготовительный этап. Инициация проекта.

Участникам практического занятия в малых группах необходимо проработать проблематику и определить задачи:

- Определить общее направление и сформировать команду,
- Формирование проблемного поля, то есть выбор общей темы, к примеру: увеличение рентабельности интернет-магазина, оптимизация логистических издержек, разработка стратегии выхода на новый рынок),
- Формирование команды: распределения ролей с учетом компетенций (маркетолог, финансовый модельер, презентатор, аналитик данных, проект-менеджер),
- Установление правил и договоренностей и коммуникациях, дедлайнах и ответственности,
- Корректировки проблемы с учетом результатов исследования,
- Коротко дать описание степени остроты проблемного поля,
- Определить степень актуальности проблемы,
- Презентовать результаты исследования первого этапа.

Выступление участников практического занятия с результатами проектирования – 10–12 минут. Презентация аналитических материалов производится при помощи мультимедийных средств. Предполагается подготовка группой обучающихся презентации объемом 10–12 слайдов.

Проектная сессия № 2. Формулирование цели и задач проекта. Определение продукта проекта на основе анализа и исследования.

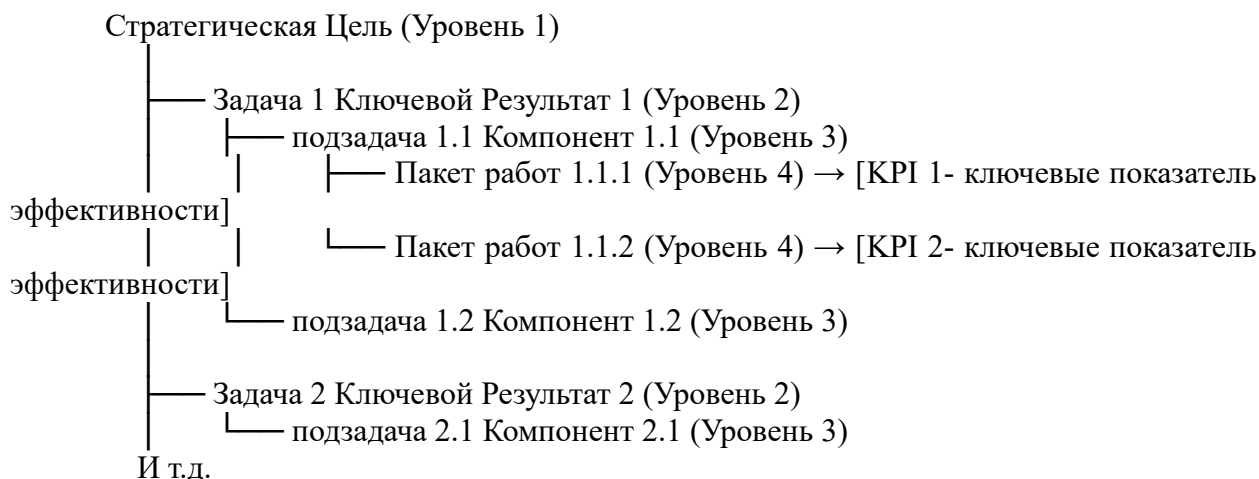
Цель групповой практической работы – определить цель реализации проекта в логической взаимосвязи с формулируемыми задачами, а также экономическую целесообразность и значимость проекта для целевой группы (благополучателей).

Цель проекта: содержательные компоненты		
Целевая группа проекта с конкретными признаками	Предполагаемое позитивное экономико-управленческое изменение	Совокупность мероприятий («посредством проведения...»)
Цель проекта: _____ «что сделать?» + «в отношении кого?» + «каким образом?»		

Также необходимо собрать и обработать информацию для глубокого понимания проблемы при помощи следующих задач:

- Провести анализ рынка на основе инструмента стратегического управления, который помогает оценить влияние внешних факторов на организацию, включая политические, экономические, социальные, технологические, экологические и юридические аспекты (PESTLE-анализ),
- Провести анализ конкурентов с помощью Бенчмаркинга - метода анализа помогающего выявить и применить лучшие практики в отрасли сравнивая свою деятельность с конкурентами или лучшими компаниями,
- Определить стейкхолдеров проекта, то есть ключевых заинтересованных сторон и их интересов,
- Сформулировать четкую и конкретную проблему и возможности на основе полученных данных.

Структура декомпозиции цели бизнес-проекта (Иерархия целей)



Презентация результатов

Выступление участников практического занятия с результатами проектирования – 5-10 минут. Презентация аналитических материалов производится при помощи мультимедийных средств. Предполагается подготовка группой обучающихся презентации объемом 5–8 слайдов. Структура презентационных материалов определена компонентами аналитической работы и последовательностью их разработки.

Проектная сессия № 3. Разработка концепции и постановка целей.

Цель групповой практической работы – создать «видение» проекта и измеримые цели на основе методики SMART:

- Определение цели SMART,
- Поиск возможных решений, бизнес-моделей, стратегий на основе генерации идей,
- Провести предварительную оценку идей на основе SWOT-анализа выбранных вариантов идей,
- Выбор концепции, то есть принятие решения о наиболее жизнеспособной и эффективной концепции проекта.

Презентация результатов

Выступление участников практического занятия с результатами проектирования – 5-10 минут. Презентация аналитических материалов производится при помощи мультимедийных средств. Предполагается подготовка группой обучающихся презентации объемом 5–8 слайдов. Структура презентационных материалов определена компонентами аналитической работы и последовательностью их разработки.

Оценка результатов:

Группы получают обратную связь от преподавателя и/или экспертов по следующим критериям:

- четкость и глубина анализа потребностей клиента.
- логичность и обоснованность разработанного ценностного предложения.
- соответствие предложения выявленным потребностям.
- убедительность презентации и качество визуального оформления.
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Образовательный эффект:

По окончании сессии участники:

- могут грамотно формулировать ценностные предложения для продуктов и сервисов;
- приобретут опыт работы в команде и презентации проектных решений.

Проектная сессия № 4. Планирование и экономическое обоснование бизнес-проекта

Цель групповой практической работы - Детальная разработка плана реализации проекта и оценка экономической эффективности:

1. Составить календарный план. Провести структурирование проекта на основе иерархической структуры работ (WBS), то есть разбивка проекта на конкретные задачи и виды работ,

С опорой на результаты календарный план мероприятий проекта можно представить в таблице.

Описание мероприятия предполагает включение следующих содержательных компонентов:

- Наименование мероприятия календарного плана.
- Сроки и место реализации мероприятия.
- Технология работы с целевой группой.
- Количество реализуемых однотипных мероприятий.
- Внутренние и/или внешние ресурсы.
- Качественные и количественные показатели результатов проведения мероприятия проекта (по отношению к целевой группе социального проекта).
- Ответственный за реализацию мероприятия.

Структура описания мероприятия календарного плана

№	Решаемая задача	Мероприятие: наименование, технологии, ресурсы	Место и дата проведения	Ожидаемые результаты
1				
n+1				

2. Использование инструмента Business model Canvas для разработки бизнес-модели:

❖ Сегменты клиентов, поскольку бизнес- модель строится от клиента как источника прибыли компании. Важно определение целевой аудитории: кто клиенты, какую задачу им нужно решить с помощью продукта или услуги, какие у них боли и потребности, и какой результат хотят получить,

❖ Уникальное ценностное предложение — это продукт или услуга, которую бизнес предлагает клиентам для решения их проблемы или удовлетворения потребности. УЦП — это ответ на вопрос, почему клиенты выберут вас, а не конкурентов. Проведение опросов, интервью, анкетирования с целевыми группами,

❖ Каналы дистрибуции — необходимо описать способы взаимодействия с клиентами и предоставления им продукта или услуги, то есть как клиент узнает про ваш продукт и каким образом его получит,

❖ Взаимоотношения с клиентами. Необходимо определить, какие отношения выстраивать с каждым клиентским сегментом. Что они ожидают от компании и что она хочет получить в ответ? Выбранная стратегия должна соответствовать ожиданиям клиентов и структуре затрат бизнес-модели,

❖ Источники дохода. Необходимо определить, как бизнес планирует зарабатывать деньги на продукте или услуге. Важно понять, за что клиенты готовы платить и какой способ оплаты им удобен. Это могут быть подписки, одноразовые платежи, рассрочка, кредиты или все вместе.

❖ Ключевые ресурсы — определение всех видов активов, с помощью которых создается ценностное предложение и обеспечивается работа бизнеса. Они могут быть физическими: транспортными средствами, недвижимостью, оборудованием, сырьем; интеллектуальными: патентами, технологиями; человеческими — командой, опытом; финансовыми: деньгами собственника или инвесторов,

❖ Ключевые действия, которые нужно выполнять для создания продукта, привлечения клиентов, обеспечения сбыта, поддержки отношений с клиентами и получения дохода. К ним относятся закупка сырья, производство, логистика, реклама и так далее,

❖ Ключевые партнеры — это поставщики, подрядчики, дилеры и организации, с которыми бизнес сотрудничает для достижения целей. Партнеры могут взять на себя задачи, которые компания не может делать своими силами, например, сбыт, маркетинг или бухгалтер,

❖ Структура затрат — определение расходов на создание продукта или услуги и поддержание работы компании. Они бывают постоянными и переменными. Постоянные затраты фиксированные и компания несет их всегда. Это могут быть налоги, аренда офиса или складов, зарплата персонала. Переменные расходы зависят от объема производства и выручки — чем больше товаров бизнес производит, тем больше будут затраты.

3. Финансовое моделирование:

- Расчет себестоимости и прогноз выручки,
- Прогнозные отчет о прибылях и убытках,
- Расчет ключевых показателей (NPV, IRR, ROI, срок окупаемости).

4. Управленческое планирование:

- Составление календарного плана на основе диаграммы Ганта – распределение задач по времени и ответственным. Построение визуального графика в таблице с разделением на этапы,
- Составление бюджета проекта – необходимо распределить ресурсы в таблице,

Детализированный бюджет проекта

Направление расходов	Сумма	Источники финансирования

- Составить маркетинговый план (проведение маркетингового анализа),
- Идентификация рисков (финансовых, операционных, рыночных) и разработка мер по их минимизации. Группе необходимо составить план по рискам и представить его в виде таблицы.

Выступление команды 8-10 слайдов, продолжительность 10-12 минут. Структура презентации: краткая характеристика бизнес-проекта; целевая аудитория и её особенности; бизнес-модель проекта (визуализированная); источники финансирования и стратегии монетизации; корректировка модели с учетом реалий; выводы и рекомендации; ответы на вопросы и обсуждение;

Оценка результатов

Группы получают обратную связь от преподавателя и экспертов по следующим критериям:

- четкость формулировки проекта и целевой аудитории;
- логичность и полнота бизнес-модели;
- реалистичность источников финансирования;
- правильность построения календарного графика;
- проведение маркетингового анализа;
- оценка рисков;
- убедительность выводов и рекомендаций;
- качество визуализации и презентации;
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Проектная сессия № 5. Разработка и создание финальных документов для защиты проекта.

1. Проработка деталей проекта,
2. Подготовка итоговой презентации,
3. Составление паспорта проекта.

Участники оформляют отчет, включающий следующие разделы:

- Описание проекта и целевой аудитории.
- Формулировка ценностного предложения.
- Разработанная бизнес-модель (Business Model Canvas).
- Анализ источников финансирования и стратегии монетизации.
- Корректировка модели с учетом рисков и ограничений.
- Выводы и рекомендации по дальнейшему развитию.

Группы получают обратную связь от преподавателя и экспертов по следующим критериям:

- четкость формулировки продукта и целевой аудитории;
- глубина маркетингового исследования;
- логичность и обоснованность стратегии продвижения;
- реалистичность выбора каналов и бюджета;
- убедительность выводов и рекомендаций;
- качество визуализации и презентации;
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Образовательный эффект. По окончании сессии участники:

- научатся разрабатывать стратегии продвижения продуктов в профессиональной сфере;
- освоят методики исследования целевой аудитории;
- смогут выбирать и использовать наиболее эффективные каналы продвижения;
- будут готовы к работе в сфере продвижения бизнес-проектов.

Выступление команды 20-25 слайдов, продолжительность 10-15 минут. Структура презентации: краткая характеристика продукта; целевая аудитория и её особенности; методология сбора и анализа данных; ключевые выводы по результатам исследования; стратегия продвижения; выбранные каналы и их обоснование; бюджет и метрики эффективности; ответы на вопросы и обсуждение.

Разделы: «Социальное проектирование в публичной сфере» / «Создание и реализация общественного проекта (Обучение служением)»

Проектная сессия № 1. Формулирование проблемы, на решение которой направлен социальный проект, и актуальности проекта

Цель групповой практической работы – выявить и охарактеризовать социальную проблему целевой группы проекта, определить степень её актуальности и социальной значимости.

Подготовительный этап. Аналитическая работа

Участникам практического занятия в малых группах необходимо проработать проблематику социального проекта в три этапа:

1. Формулирование социальной проблемы в соответствии с представлениями обучающихся (инициативной группы) и ее подтверждение через результаты сбора и анализа данных институтов публичного управления (органы государственной власти, органы местного самоуправления), иных субъектов.
2. Выявление проблемы целевой группы и/или диагностика представлений потенциальных благополучателей о социальной проблеме посредством проведения социологического исследования.
3. Корректировка проблемы с учетом результатов социологического исследования.

Структурно описание формулируемой социальной проблемы производится с указанием:

– целевой группы и её характеристикой с помощью возрастных, статусных, географических (локализация в пределах муниципального образования или их совокупности, региона, макрорегиона и др.) и иных признаков;

– проблемы целевой группы – социальные дисфункции и/или «пробелы», которые способны вызвать социальную напряженность, оказывать негативное влияние на жизнь конкретной совокупности лиц;

– эмпирических данных, подтверждающих наличие и степень остроты социальной проблемы.

Социологический инструментарий в рамках социального проектирования представлен преимущественно опросными методами, а именно: массовый опрос (например, анкетирование респондентов), интервьюирование, иное.

Основной этап. Презентация результатов

Выступление участников практического занятия с результатами проектирования – 10–12 минут. Презентация аналитических материалов производится при помощи мультимедийных средств. Предполагается подготовка группой обучающихся презентации объемом 10–12 слайдов. Структура презентационных материалов определена компонентами аналитической работы и последовательностью их разработки.

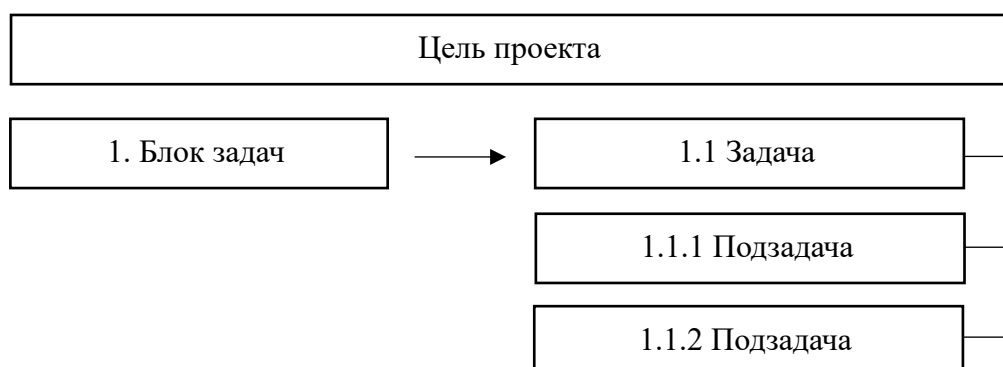
Проектная сессия № 2. Формулирование цели и задач социального проекта. Определение продукта проекта. Формулирование ожидаемых результатов и социальных эффектов от реализации проекта

Цель групповой практической работы – определить цель реализации социального проекта в логической взаимосвязи с формулируемыми задачами, а также определить ожидаемые качественные и количественные результаты реализации социального проекта для целевой группы (благополучателей).

Цель проекта: содержательные компоненты		
Целевая группа проекта с конкретными признаками	Предполагаемое позитивное социальное изменение	Совокупность мероприятий («посредством проведения...»)
Цель проекта: _____ «что сделать?» + «в отношении кого?» + «каким образом?»		

Разработка комплекса мероприятий календарного плана (практические шаги) в их взаимосвязи с целью социального проекта и его задачами опирается на результаты декомпозиции цели. Такая групповая практическая работа направлена на выявление совокупности взаимосвязанных, иерархически выстроенных плановых этапов социального проекта в виде блоков задач, составляющих их задач и подзадач, призванных достичь поставленной в рамках проекта цели.

Структура декомпозиции цели социального проекта



Определение результатов проекта.

Количественные результаты составляют:

1. Количество участников целевой группы в мероприятиях проекта.
2. Совокупное количество мероприятий проекта.

Качественные результаты проекта содержат:

1. Измеримые позитивные изменения, планируемые к достижению в отношении целевой группы проекта.
2. Способы измерения качественных результатов по итогам их реализации.

Презентация результатов

Выступление участников практического занятия с результатами проектирования – 10–12 минут. Презентация аналитических материалов производится при помощи мультимедийных средств. Предполагается подготовка группой обучающихся презентации объемом 8–10 слайдов. Структура презентационных материалов определена компонентами аналитической работы и последовательностью их разработки.

Проектная сессия № 3. Мероприятия календарного плана

Цель групповой практической работы – разработать календарный план мероприятий (практических шагов) по реализации социального проекта с учетом возможностей, внутренних и внешних ресурсов субъекта проектной деятельности.

С опорой на результаты декомпозиции цели сконструируйте календарный план мероприятий социального проекта. Описание мероприятия предполагает включение следующих содержательных компонентов:

1. Наименование мероприятия календарного плана.
2. Сроки и место реализации мероприятия.
3. Технология работы с целевой группой.
4. Количество реализуемых однотипных мероприятий.
5. Внутренние и/или внешние ресурсы, .
6. Качественные и количественные показатели результатов проведения мероприятия проекта (по отношению к целевой группе социального проекта).
7. Ответственный за реализацию мероприятия.

Структура описания мероприятия календарного плана

№	Решаемая задача	Мероприятие: наименование, технологии, ресурсы	Место и дата проведения	Ожидаемые результаты
1				
n+1				

Презентация результатов

Выступление участников практического занятия с результатами проектирования – 10–12 минут. Презентация аналитических материалов производится при помощи мультимедийных средств. Предполагается подготовка группой обучающихся презентации объемом 10–12 слайдов. Структура презентационных материалов определена компонентами аналитической работы и последовательностью их разработки.

Проектная сессия № 4. Команда проекта, её задел

Цель групповой практической работы – оценить степень соответствия профессиональных навыков, компетенций и иных проектно значимых качеств участников команды целям и задачам социального проекта.

Подготовительный этап

Участникам практического занятия в малых группах необходимо: подробно изучить индивидуальные характеристики и профессиональные возможности каждого из членов команды. На основании имеющихся данных о знаниях, навыках и компетенциях сформировать матрицу ответственности.

Члены команды	Имеющийся опыт	Выполняемые задачи в проекте

Презентация результатов

Выступление участников практического занятия с результатами проектирования – 10–12 минут. Презентация аналитических материалов производится при помощи мультимедийных средств. Предполагается подготовка группой обучающихся презентации объемом 8–10 слайдов. Структура презентационных материалов определена компонентами аналитической работы и последовательностью их разработки.

Проектная сессия № 5. Бюджет и партнеры проекта

Цель групповой практической работы – выявить материальные потребности и возможности проектной группы на реализацию социального проекта с дифференциацией средств, определение партнеров проекта.

Ресурсная обеспеченность проекта

Партнер проекта	Привлекаемые ресурсы

Детализированный бюджет проекта

Направление расходов	Сумма	Источники финансирования

Презентация результатов

Выступление участников практического занятия с результатами проектирования – 10–12 минут. Презентация аналитических материалов производится при помощи мультимедийных средств. Предполагается подготовка группой обучающихся презентации

объемом 10–12 слайдов. Структура презентационных материалов определена компонентами аналитической работы и последовательностью их разработки.

Проектная сессия № 6. Продвижение результатов во внешней среде

Цель групповой практической работы – разработать план медийного освещения мероприятий и результатов (промежуточных, итоговых) реализации социального проекта.

Практики публичного освещения промежуточных и итоговых результатов реализации мероприятий социального проекта необходимо систематизировать в медиаплане проекта. К числу его компонентов отнесены:

1. Наименование мероприятия, освещаемого в публичном информационном поле.
2. Вид используемого ресурса, а именно печатное издание, социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники и др.), мессенджеры (Telegram и др.), видеохостинги (RuTube и др.), телевидение, иное.
3. Обоснование выбора указанного вида ресурса с учетом предпочтений целевой группы о каналах коммуникации и информирования.
4. Количество публикаций указанного вида для мероприятия.
5. Планируемое количество просмотров публикации(-й) о мероприятии.

Структура медиаплана

Мероприятие, освещаемое в информационном поле	Вид ресурса (печатное издание, социальные сети и др.)	Обоснование выбора указанного ресурса	Количество публикаций	Количество просмотров публикаций о мероприятии

Презентация результатов

Выступление участников практического занятия с результатами проектирования – 10–12 минут. Презентация аналитических материалов производится при помощи мультимедийных средств. Предполагается подготовка группой обучающихся презентации объемом 10–12 слайдов. Структура презентационных материалов определена компонентами аналитической работы и последовательностью их разработки.

Раздел «Проектная деятельность в сфере технологического предпринимательства»

Проектная сессия №1 Разработка продукта (product development) и развитие клиента (customer development).

Цель групповой практической работы – формирование навыков разработки продуктовой концепции с учетом потребностей целевой аудитории, освоение методологий КастДев, а также выявление ключевых гипотез для проверки жизнеспособности продукта.

Подготовительный этап. Аналитическая работа

Участники проектной сессии, объединенные в проектные команды (малые группы), работают над созданием проекта продукта (или услуги), ориентированного на конкретную целевую аудиторию. Работа проходит в три этапа:

2. Формулирование идеи продукта на основе собственных представлений или трендов рынка. Участники определяют направление продукта (например, цифровое приложение, физический товар, сервис и пр.). Идея должна быть обоснована через анализ рыночных тенденций, конкурентов и текущих потребностей потребителей.
3. Проведение исследований целевой аудитории КастДев (customer development): Группы проводят первичное исследование с помощью:

- онлайн-опросов (Яндекс.Анкетки или аналог);
- интервью с потенциальными клиентами;
- наблюдения за поведением аудитории (в соцсетях, на платформах).

Цель – выявить реальные потребности, боли и ожидания аудитории, а также понять, насколько предполагаемый продукт соответствует этим запросам.

4. Корректировка продукта на основе полученных данных. Команда корректирует изначальную идею продукта, уточняют его функционал, целевую аудиторию, модель взаимодействия с клиентом и каналы коммуникации.

Структура аналитического описания:

При описании процесса разработки продукта и развития клиента участники должны структурировать информацию следующим образом:

- *целевая аудитория*: возрастные, социальные, географические характеристики; сегментация.
- *проблема или потребность аудитории*: что именно не удовлетворяет текущие потребности, какие существуют барьеры.
- *идея продукта*: краткое описание решения, его уникальные особенности, как он решает проблему.
- *результаты исследования аудитории*: количественные и качественные данные, подтверждающие актуальность идеи.
- *корректировка продукта*: изменения в концепции на основе обратной связи от потенциальных пользователей.

Основной этап. Презентация результатов

Участники представляют результаты своей работы в формате устного выступления с презентацией (8-10 слайдов, длительность 10-12 минут). Примерная структура презентации: введение: цель и задачи проекта; описание целевой аудитории; первоначальная идея продукта; методология исследования аудитории; ключевые выводы по итогам КастДев; корректировка продукта; предварительная модель монетизации; план дальнейшего развития; возможные риски и пути их минимизации; заключение и ответы на вопросы.

Оценка результатов:

Группы получают обратную связь от преподавателя и/или экспертов по следующим критериям:

- четкость формулировки проблемы и соответствие ей предлагаемого продукта.
- качество проведенного исследования аудитории.
- логичность и обоснованность корректировки продукта.
- убедительность презентации и качество визуального оформления.
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Образовательный эффект:

По окончании сессии участники:

- научатся выявлять реальные потребности аудитории;
- смогут адаптировать свои идеи под реальный спрос;
- приобретут опыт создания минимального жизнеспособного продукта (MVP-подход);
- освоят базовые инструменты разработки продукта (product development) и развитие клиента (customer development).

Проектная сессия № 2 Создание уникального предложения для клиента (Value Proposition Canvas).

Цель проектной сессии – формирование у участников навыков разработки ценностного предложения, соответствующего реальным потребностям клиентов, с использованием инструментов дизайн-мышления (Lean Startup, Value Proposition Canvas).

Участники объединяются в группы по 2-3 человека и работают над созданием ценности для конкретной целевой аудитории. Работа проходит в несколько этапов:

1. Погружение в проблему клиента (Customer Profile)

Каждая группа выбирает или формулирует социальную/рыночную проблему, связанную с определённой целевой аудиторией.

Задача – создать «профиль клиента», который включает:

- задачи: какие задачи решает клиент?
- боли: какие проблемы или препятствия мешают ему?
- выгоды: чего хочет клиент? Какие результаты он ожидает?

Методы:

- интервью с пользователями;
- наблюдение за поведением;
- анализ отзывов и обсуждений в интернете.

Инструменты:

- шаблоны «профиля клиента»;
- карта эмпатии.

2. Разработка ценности продукта (Value Proposition)

После анализа потребностей клиентов участники приступают к разработке своего ценностного предложения, которое должно решать выявленные проблемы.

Задача – заполнить ценностную карту, где отражаются ответы на вопросы:

- что предлагает ваш продукт?
- как ваш продукт устраняет боли клиента?
- как ваш продукт создаёт выгоды для клиента?

Методы:

- генерация идей;
- ранжирование идей по критериям реализуемости и ценности;
- выбор наиболее подходящего решения.

Инструменты:

- Шаблон ценностного предложения (Value Proposition Canvas);
- идеационные техники;
- методики развития креативности.

3. Сопоставление ценности и потребностей клиента (Matching VPC Blocks)

Участники проверяют соответствие между своим предложением и ожиданиями клиента.

Задача – выявить точки пересечения между:

- болевыми точками клиента и тем, как ваш продукт устраняет его боли;
- ожиданиями клиента и тем, как ваш продукт создаёт выгоды для него.

4. Корректировка и доработка предложения

На основе проведённого анализа команды корректируют своё предложение, чтобы сделать его более точным, значимым и уникальным.

Результат:

- уточнённое ценностное предложение.
- краткое описание, доступное для презентации инвесторам или заказчикам.

Пример формата: «Для [целевой аудитории] мы предлагаем [продукт/сервис], который решает [ключевую проблему] благодаря [ключевой функции/подходу]. В отличие от существующих решений, мы [уникальное преимущество].»

Структура аналитического описания

Участники оформляют отчет, включающий следующие разделы:

1. Описание целевой аудитории: возраст, социальный статус, поведенческие особенности.
2. Проблема или потребность: основные боли и желания, выявленные в ходе исследования.
3. Ценностное предложение: каким образом предлагаемый продукт решает эти проблемы.
4. Сравнение с рынком: анализ конкурентов и уникальность предложения.
5. Выводы и рекомендации по дальнейшему развитию.

Презентация результатов

Участники представляют результаты своей работы в формате устного выступления с презентацией (8-10 слайдов, длительность 10-12 минут). Примерная структура презентации: цель проекта; описание целевой аудитории; выявленные проблемы и ожидания; методология исследования; ценностное предложение (Value Proposition Canvas); сравнение с конкурентами; уникальность и преимущества; возможности реализации; риски и пути их минимизации; заключение и ответы на вопросы.

Оценка результатов:

Группы получают обратную связь от преподавателя и/или экспертов по следующим критериям:

- четкость и глубина анализа потребностей клиента.
- логичность и обоснованность разработанного ценностного предложения.
- соответствие предложения выявленным потребностям.
- убедительность презентации и качество визуального оформления.
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Образовательный эффект:

По окончании сессии участники:

- научатся видеть потребности клиента через призму его повседневной жизни;
- освоят современные инструменты создания ценности (Value Proposition Canvas, empathy map, personas);
- смогут грамотно формулировать ценностные предложения для продуктов и сервисов;
- приобретут опыт работы в команде и презентации проектных решений.

Проектная сессия № 3 «UNIT экономика стартап-проекта»

Цель проектной сессии – формирование у участников навыков построения простой, но эффективной финансовой модели стартапа, понимания ключевых UNIT-экономических показателей, а также умения оценивать жизнеспособность бизнес-модели через призму масштабируемости, маржи и устойчивости.

Участники объединяются в группы по 2-3 человека и работают над созданием или анализом UNIT экономики своего проекта (стартапа).

1. Введение в UNIT экономику стартапа

Каждой команде преподаватель проводит сопоставление основных метрик и реализуемого проекта: LTV (Customer Lifetime Value); CAC (Customer Acquisition Cost); COGS (Cost of Goods Sold); Маржинальная прибыль (Contribution Margin); Период окупаемости (Payback Period); коэффициент оттока (Churn Rate) и пр.

Практическая задача – каждая группа начинает формировать данные для построения своей UNIT экономической модели.

2. Сбор данных и построение базовой модели

Участники собирают данные (гипотетические или реальные) о:

- среднем доходе с одного пользователя (ARPU);
- расходах на привлечение одного клиента (CAC);
- операционных издержках на обслуживание клиента (COGS);
- времени жизни клиента (LTV).

Методы:

- анализ публичных отчетов стартапов;
- изучение кейсов;
- использование шаблонов и калькуляторов UNIT экономики.

Инструменты:

- Яндекс.Таблицы, Excel;
- Шаблоны UNIT экономики;
- Канва бизнес-модели (Business Model Canvas).

3. Построение UNIT экономической модели

Команды разрабатывают экономическую (финансовую) модель для одного клиента/пользователя:

- какова стоимость его привлечения?
- какие затраты связаны с его обслуживанием?
- каковы доходы от этого клиента за весь период взаимодействия?
- через какой срок окупается инвестиция?

Результат:

- таблица с расчетами;
- графическое представление ключевых метрик;
- ответ на вопрос: «Если масштабировать этого клиента, будет ли это прибыльно?».

4. Корректировка модели под реалии рынка

Участники тестируют чувствительность своей модели:

- Что происходит с рентабельностью, если САС увеличится на 20%?
- Как повлияет снижение LTV?
- Как изменится ситуация при автоматизации части процессов?

Задача – сделать выводы об устойчивости модели и возможностях масштабирования.

Инструменты:

- таблицы сценариев в Excel;
- Диаграммы и графики.

5. Презентация и защита модели

Каждая команда представляет свою UNIT экономическую модель в формате презентации.

Структура презентации: краткое описание проекта (стартапа); целевая аудитория и её характеристики; методология сбора данных; UNIT экономическая модель (формулы, таблицы, графики); анализ ключевых метрик; чувствительность модели к изменениям; выводы и рекомендации; возможности масштабирования; возможные риски и пути их минимизации; Заключение и ответы на вопросы.

Структура аналитического описания

Участники оформляют краткий отчет, включающий следующие разделы:

1. Описание проекта (стартапа) и целевой аудитории.
2. Основные метрики UNIT экономики.
3. Методы сбора и анализа данных.
4. Расчёт ключевых показателей.
5. Анализ чувствительности модели.
6. Выводы и рекомендации по дальнейшему развитию.

Оценка результатов:

Группы получают обратную связь от преподавателя и/или экспертов по следующим критериям:

- полнота и точность UNIT экономической модели;
- обоснованность выбора параметров;
- убедительность выводов и рекомендаций;
- качество визуализации и презентации;
- ответы на вопросы и участие в обсуждении;

Образовательный эффект:

По окончании сессии участники:

- научатся понимать, что такое UNIT экономика и почему она важна для стартапа;
- освоят основные метрики, используемые венчурным капиталом и акселераторами;
- смогут самостоятельно построить простую экономическую модель;
- научатся анализировать устойчивость и масштабируемость стартап-проекта;
- приобретут опыт работы в команде и презентации аналитических материалов.

Проектная сессия № 4. Стартап-экосистема: поддержка государства и бизнеса.

Цель проектной сессии – формирование у участников понимание структуры и ключевых элементов отечественной стартап-экосистемы, а также научить их анализировать и использовать инструменты поддержки стартапов со стороны государства, бизнеса и других институтов (акселераторы, инкубаторы, технопарки, фонды поддержки).

Участники объединяются в группы по 2-3 человека и работают над адаптацией своего проекта (стартапа) к отечественной стартап-экосистеме.

1. Погружение в тему

Преподаватель проводит краткий теоретический блок: Что такое стартап-экосистема? Кто входит в экосистему: государство, бизнес, образование, НКО, сообщества. Какие существуют формы поддержки стартапов в России (гранты; инкубаторы и акселераторы; центры компетенций и технопарки; фонды развития промышленности и инноваций; программы поддержки малого и среднего предпринимательства и пр.).

Инструменты:

- экосистемная карта;
- паспорт стартап-проекта;
- ресурсный анализ стартапа.

2. Исследование региональной и федеральной стартап-экосистемы

Каждая команда выбирает регион (или работает с заданным) и исследует его стартап-экосистему.

Задача – определить:

- какие институты поддерживают стартапы;
- какие меры поддержки доступны (гранты, обучение, инфраструктура);
- какие отрасли получают наибольшую поддержку;
- как можно получить доступ к этим ресурсам.

Методы:

- анализ открытых данных (порталы Правительства РФ, Минобрнауки, Минцифры, региональных министерств);
- изучение сайтов центров инноваций, технопарков, акселераторов;

Примеры ресурсов:

- Акселерационная программа Кубанского госуниверситета «Бизнес.Куб»;
- Фонд содействия инновациям (www.fasi.ru);
- Российская венчурная компания (www.rvk.ru);
- Сколково;
- цифровые экономические зоны;
- Программы поддержки малого бизнеса (напр., Корпорация МСП).

3. Создание карты поддержки для конкретного стартапа

На основе исследования команда разрабатывает карту поддержки для своего проекта (стартапа).

Результат:

- перечень доступных мер поддержки (гранты, программы обучения, помещения, консалтинг);
- алгоритм получения поддержки (этапы, документы, сроки);
- рекомендации по выбору наиболее подходящих инструментов;
- возможности масштабирования через использование инфраструктуры;

4. Разработка стратегии взаимодействия с экосистемой

Участники формулируют рекомендации по использованию инструментов поддержки для своего проекта (стартапа):

- как выбрать правильную программу?
- как подготовить заявку?
- как выстроить коммуникацию с институтами поддержки?
- как использовать ресурсы для выхода на рынок?

Методы:

- метод кейс-стади;
- моделирование ситуации обращения за поддержкой,
- экспертная оценка стратегии.

5. Презентация и защита результатов

Каждая команда представляет свою карту поддержки и стратегию взаимодействия с экосистемой.

Структура презентации: краткое описание стартапа и целевой аудитории; характеристика региона и его стартап-экосистемы; карта доступных форм поддержки; алгоритм получения поддержки; рекомендации по стратегии взаимодействия; возможности масштабирования через институты поддержки; выводы и рекомендации; ответы на вопросы и обсуждение.

Структура аналитического описания

Участники оформляют краткий отчет, включающий следующие разделы:

1. Описание стартапа и целевой аудитории.
2. Характеристика региона и его стартап-экосистемы.
3. Карта доступных мер поддержки.
4. Алгоритм получения поддержки.
5. Рекомендации по стратегии взаимодействия.
6. Выводы и рекомендации по дальнейшему развитию.

Оценка результатов

Группы получают обратную связь от преподавателя и экспертов по следующим критериям:

- полнота и точность анализа стартап-экосистемы;
- обоснованность выбора мер поддержки;
- убедительность стратегии взаимодействия;
- качество визуализации и презентации;
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Образовательный эффект

По окончании сессии участники:

- научатся анализировать стартап-экосистему своего региона;
- освоят инструменты поиска и использования поддержки;
- смогут применять знания о государственных и корпоративных программах в своих проектах;
- приобретут опыт работы в команде и презентации аналитических материалов;
- будут готовы к сотрудничеству с институтами развития и поддержки стартапов.

Раздел «Проектная деятельность в сфере креативных индустрий»

Проектная сессия № 1. «Аналитика успеха креативного стартапа в индустрии цифровых медиа»

Цель – сформировать у участников навыки анализа ключевых метрик и факторов успешности креативных стартапов в сфере цифровых медиа, а также научить их применять аналитические инструменты для оценки эффективности и потенциала масштабирования.

Участники объединяются в команды по 2-3 человека и работают над анализом или созданием аналитической модели одного креативного стартапа в сфере цифровых медиа (например, RuTube-канал, подкаст, Яндекс-проект, онлайн-издание, digital-агентство и пр.).

1. Погружение в тему

- Что такое цифровые медиа?
- Особенности креативных стартапов в этой отрасли.
- Какие метрики используются для анализа успеха: вовлеченность; органический рост; монетизация; лояльность аудитории; конверсия; ROI рекламных кампаний.
- примеры успешных креативных стартапов в цифровых медиа.

2. Выбор стартапа и сбор данных

Каждая группа разрабатывает собственную идею, анализирует существующую или получает задание от преподавателя.

Задача – собрать данные о: целевой аудитории (возраст, пол, география, интересы); метриках присутствия в цифровом пространстве (подписчики, просмотры, клики, время просмотра); источниках трафика; доходах (если есть); обратной связи от аудитории (комментарии, рейтинги, репосты).

Методы:

- анализ открытых данных (соцсети, Яндекс.Метрика и пр.);
- интервью с авторами/основателями (виртуально или онлайн);
- контент- и аудиторный анализ.

3. Проведение аналитики успеха

На основе собранных данных команды проводят комплексный анализ стартапа.

Результат:

- Определение ключевых показателей успеха (KPI): уровень вовлеченности; скорость роста аудитории; качество контента; стратегия продвижения; монетизация; брендинг и узнаваемость;
- сравнение с конкурентами (benchmarking);
- выявление факторов, способствующих успеху или препятствующих ему;
- мировой и российский опыт;
- программы поддержки медиа-стартапов.

Инструменты:

- SWOT-анализ,
- A/B тестирование (при наличии),
- PESTEL-анализ,

4. Разработка рекомендаций по улучшению эффективности

Команды формулируют рекомендации по развитию стартапа:

- Как увеличить вовлеченность?
- Как улучшить контентную стратегию?
- Как выстроить монетизацию?
- Как использовать аналитику для принятия решений?

Методы:

- метод кейс-стади;
- моделирование ситуации принятия решений;
- экспертная оценка стратегии.

5. Презентация и защита результатов

Каждая команда представляет свои аналитические выводы и рекомендации.

Структура презентации: краткое описание стартапа и целевой аудитории; цели и задачи анализа; методология сбора и анализа данных; ключевые метрики успеха; сравнение с конкурентами; выводы по факторам успеха/провала; рекомендации по улучшению эффективности; ответы на вопросы и обсуждение.

Структура аналитического описания

Участники оформляют краткий отчет, включающий следующие разделы:

1. Описание стартапа и целевой аудитории.
2. Методология сбора и анализа данных.
3. Ключевые метрики успеха.
4. Сравнение с конкурентами.
5. Анализ факторов успеха.
6. Рекомендации по дальнейшему развитию.

Оценка результатов

Группы получают обратную связь от преподавателя и экспертов по следующим критериям:

- полнота и точность анализа;
- обоснованность выбора метрик и методов;
- убедительность выводов и рекомендаций;
- качество визуализации и презентации;
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Образовательный эффект

По окончании сессии участники:

- научатся анализировать эффективность креативных стартапов в цифровой среде;
- освоят современные инструменты аналитики и метрики;
- смогут интерпретировать данные и делать выводы для развития проекта;
- приобретут опыт работы в команде и презентации аналитических материалов;
- будут готовы к работе в сфере цифровых медиа и креативных стартапов.

Проектная сессия № 2 «Бизнес-модель креативного проекта».

Цель – сформировать у участников навыки разработки и анализа бизнес-модели креативного проекта, оценить её жизнеспособность, экономическую устойчивость и потенциал монетизации.

Участники объединяются в команды по 2-3 человека и работают над созданием или анализом бизнес-модели креативного проекта.

1. Формулирование идеи креативного проекта и его целевой аудитории

Каждая команда формулирует концепцию креативного проекта (цифровое медиа (подкаст, RuTube-канал и пр.), фестиваль, выставка, театральная постановка, платформа для творческих людей и т.д.

Задача: – описать цель проекта; целевую аудиторию: возраст, социальный статус, географическое расположение, интересы; ожидаемый социокультурный эффект.

Методы:

- мозговой штурм (Brainstorming);
- анализ существующих креативных проектов;
- изучение открытых данных о трендах в креативных индустриях.

2. Разработка бизнес-модели проекта

Команды разрабатывают экономическую модель реализации проекта.

Задача – заполнить шаблон бизнес-модели по Остервальдеру или адаптированную версию под креативные индустрии.

Блоки модели: ключевые партнёры; ключевые виды деятельности; ключевые ресурсы; предложение ценности; отношения с клиентами; каналы сбыта/достижения цели; структура издержек; потоки доходов.

Методы:

- Мозговой штурм.
- SWOT-анализ.
- Исследование возможностей монетизации.

Результат:

- Проработанная бизнес-модель.

- Возможные источники финансирования: государственные гранты, частные инвестиции, краудфандинг, реклама, подписки и т.д.

3. *Корректировка бизнес-модели с учетом реалий рынка и креативной среды*

Участники проверяют жизнеспособность модели:

- Какие риски?
- Насколько модель соответствует реальным условиям?
- Какие изменения возможны?

Методы:

- интервью с экспертами (виртуально или в формате ролевой игры);
- анализ успешных и провальных креативных проектов;
- тестирование модели на чувствительность к изменениям (например, снижение бюджета, потеря ключевого партнера).

Результат:

- Уточнённая бизнес-модель.
- Обоснованные корректировки.
- Оценка устойчивости и масштабируемости.

Структура аналитического описания

Участники оформляют отчет, включающий следующие разделы:

1. Описание креативного проекта и целевой аудитории.
2. Формулировка ценностного предложения.
3. Разработанная бизнес-модель (Business Model Canvas).
4. Анализ источников финансирования и стратегии монетизации.
5. Корректировка модели с учетом рисков и ограничений.
6. Выводы и рекомендации по дальнейшему развитию.

Выступление команды 8-10 слайдов, продолжительность 10-12 минут. Структура презентации: краткая характеристика креативного проекта; целевая аудитория и её особенности; бизнес-модель проекта (визуализированная); источники финансирования и стратегии монетизации; корректировка модели с учетом реалий; выводы и рекомендации; ответы на вопросы и обсуждение;

Оценка результатов

Группы получают обратную связь от преподавателя и экспертов по следующим критериям:

- четкость формулировки проекта и целевой аудитории;
- логичность и полнота бизнес-модели;
- реалистичность источников финансирования;
- убедительность выводов и рекомендаций;
- качество визуализации и презентации;
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Образовательный эффект. По окончании участники:

- научатся разрабатывать бизнес-модели для креативных проектов;
- освоят инструменты стратегического планирования и экономической оценки;
- смогут применять методику бизнес-моделирования по Остервальдеру и другие методики в креативной сфере;
- приобретут опыт работы в команде и презентации проектных решений;
- будут готовы к запуску и управлению собственными креативными инициативами.

Проектная сессия № 3 «Продвижение креативного продукта: стратегии и каналы»

Цель – формирование навыков разработки стратегии продвижения креативного продукта, выбора наиболее эффективных каналов коммуникации и применения современных инструментов цифрового и офлайн-маркетинга.

Участники объединяются в команды по 2-3 человека и работают над созданием или анализом стратегии продвижения конкретного креативного продукта.

1. Формулирование идеи креативного продукта и целевой аудитории

Каждая группа выбирает/разрабатывает концепцию креативного продукта: театральный спектакль, выставка, короткометражный фильм, подкаст, цифровое издание, дизайн-проект, фестиваль и т.д.

Задача – описать продукт; определить целевую аудиторию (возраст, интересы, география, поведенческие особенности); сформировать уникальную ценность продукта.

Методы:

- мозговой штурм (Brainstorming);
- анализ трендов в креативных индустриях;
- изучение успешных примеров продвижения.

2. Проведение маркетингового исследования и диагностика восприятия продукта

Команды проводят исследование, чтобы понять, как целевая аудитория воспринимает продукт и какие каналы продвижения ей знакомы и доверены.

Задача – собрать данные о: восприятии продукта целевой аудиторией; привычках потребления информации (каналы, время, формат); ожиданиях от рекламы и взаимодействия с брендом.

Методы:

- анкетирование / онлайн-опросы (Яндекс.Анкет);
- интервью с потенциальными потребителями;
- анализ отзывов и обсуждений в соцсетях.

Результат:

- выявленные предпочтения аудитории;
- определенные болевые точки при взаимодействии с аналогичными продуктами;
- предварительные рекомендации по позиционированию и продвижению.

3. Разработка стратегии и выбор каналов продвижения

На основе полученных данных команды разрабатывают стратегию продвижения и выбирают конкретные каналы.

Задача – создать контент-план; медиаплан; бюджет продвижения, а также систему метрик и KPI.

Методы:

- привлечение, активация, удержание, монетизация, рефералы (AARRR, Pirate Metrics);
- SMART-постановка целей;
- примеры из практики (кейс-стади).

Результат:

- продуманная стратегия продвижения;
- обоснованный выбор каналов;
- конкретные действия для реализации.

Участники оформляют отчет, включающий следующие разделы:

1. Описание креативного продукта и целевой аудитории.
2. Выявленные особенности восприятия продукта аудиторией.
3. Результаты маркетингового исследования (анкетирование, интервью).
4. Стратегия продвижения (цели, задачи, этапы).
5. Выбранные каналы продвижения и обоснование их использования.
6. Бюджет кампании и система показателей эффективности.
7. Выводы и рекомендации по дальнейшему развитию.

Выступление команды 8-10 слайдов, продолжительность 10-12 минут. Структура презентации: краткая характеристика креативного продукта; целевая аудитория и её особенности; методология сбора и анализа данных; ключевые выводы по результатам исследования; стратегия продвижения; выбранные каналы и их обоснование; бюджет и метрики эффективности; ответы на вопросы и обсуждение.

Группы получают обратную связь от преподавателя и экспертов по следующим критериям:

- четкость формулировки продукта и целевой аудитории;
- глубина маркетингового исследования;
- логичность и обоснованность стратегии продвижения;
- реалистичность выбора каналов и бюджета;
- убедительность выводов и рекомендаций;
- качество визуализации и презентации;
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Образовательный эффект. По окончании сессии участники:

- научатся разрабатывать стратегии продвижения креативных продуктов;
- освоют методики исследования целевой аудитории;
- смогут выбирать и использовать наиболее эффективные каналы продвижения;
- приобретут опыт создания контент- и медиапланов;
- будут готовы к работе в сфере продвижения креативных индустрий.

Проектная сессия № 4 «Краудфандинг: сбор средства на творческий проект»

Цель – формирование навыков разработки краудфандинговой кампании, выбора платформы, создания мотивирующего контентного предложения и привлечения поддержки от целевой аудитории.

Участники объединяются в команды по 2-3 человека и работают над созданием или анализом краудфандингового проекта.

1. Формулирование идеи творческого проекта и его целевой аудитории

Каждая группа формулирует концепцию творческого проекта: короткометражный фильм; театральная постановка; выставка художника; издание книги; музыкальный альбом; цифровое медиа (подкаст, блог, онлайн-курс) и т.д.

Задача – описать цель проекта; целевую аудиторию (возраст, интересы, географическое расположение, уровень вовлеченности); ожидаемый социокультурный эффект.

Методы:

- мозговой штурм (Brainstorming);
- анализ успешных краудфандинговых проектов;
- изучение открытых данных о трендах в креативных индустриях.

2. Выявление потребностей потенциальных спонсоров и диагностика их готовности к участию в финансировании

Команды проводят исследование, чтобы понять, как целевая аудитория воспринимает идею проекта и какие форматы вознаграждений могут ее заинтересовать.

Задача – собрать данные о: восприятии проекта целевой аудиторией; мотивации к участию в финансировании; ожиданиях от обратной связи и бонусов.

Методы:

- анкетирование / онлайн-опросы (Яндекс.Анкет);
- интервью с потенциальными спонсорами/благотворителями;
- анализ отзывов и обсуждений в соцсетях и на краудфандинговых платформах.

Результат:

- выявленные мотивы участия в финансировании;
- предпочтения в форматах вознаграждения;
- возможные точки сопротивления и способы их преодоления.

3. Разработка стратегии краудфандинговой кампании

На основе полученных данных команды разрабатывают полноценную стратегию краудфандинговой кампании.

Задача – создать: страницу проекта (или её прототип); видеообращение автора; систему вознаграждений; план продвижения; бюджет кампании и KPI.

Методы:

- примеры из практики (кейс-стади).
- SMART-постановка целей;
- А/В тестирование идей (виртуальное).

Результат:

- проработанная краудфандинговая стратегия.
- обоснованный выбор платформы.
- конкретные действия для реализации.

Участники оформляют отчет, включающий следующие разделы:

1. Описание творческого проекта и целевой аудитории.
2. Выявленные особенности восприятия проекта аудиторией.
3. Результаты маркетингового исследования (анкетирование, интервью).
4. Стратегия краудфандинговой кампании (цели, задачи, этапы).
5. Выбранная платформа и обоснование её использования.
6. Система вознаграждений и коммуникационная стратегия.
7. Бюджет кампании и система показателей эффективности.
8. Выводы и рекомендации по дальнейшему развитию.

Выступление команды 8-10 слайдов, продолжительность 10-12 минут. Структура презентации: краткая характеристика творческого проекта; целевая аудитория и её особенности; методология сбора и анализа данных; ключевые выводы по результатам исследования; стратегия краудфандинговой кампании; выбор платформы и система вознаграждений; бюджет и метрики эффективности; ответы на вопросы и обсуждение.

Группы получают обратную связь от преподавателя и экспертов по следующим критериям:

- четкость формулировки проекта и целевой аудитории;
- глубина маркетингового исследования;
- логичность и обоснованность стратегии краудфандинга;
- реалистичность выбора платформы и системы вознаграждений;
- убедительность выводов и рекомендаций;
- качество визуализации и презентации;
- ответы на вопросы и участие в обсуждении.

Образовательный эффект. По окончании сессии участники:

- научатся разрабатывать стратегии краудфандинга для творческих проектов;
- освоят методики исследования целевой аудитории;
- смогут выбирать и использовать наиболее подходящие платформы;
- приобретут опыт создания продающих страниц и видеообращений;
- будут готовы к запуску собственных краудфандинговых инициатив.

Реферат

Тематика рефератов

1. Понятие и основные параметры проекта. Цель и стратегия проекта. Результат проекта.
2. Классификация проектов.
3. Проектный цикл. Структуризация проектов.
4. Участники проектов.
5. Окружающая среда проекта.
6. Сущность и принципы управления проектами. История развития управления проектами.
7. Функции и подсистемы управления проектами. Методы управления проектами.

8. Разработка концепции проекта. Формирование идеи проекта. Предварительные исследования по проекту.
9. Проектный анализ. Оценка реализуемости проекта.
10. Техничко-экономическое обоснование проекта.
11. Создание коммуникационной системы проекта.
12. Принципы построения организационных структур управления проектами. Последовательность разработки и создания организационных структур управления проектами.
13. Современные средства организационного моделирования проектов.
14. Источники финансирования. Организационные формы финансирования. Организация проектного финансирования.
15. Маркетинговые исследования при разработке проекта. Маркетинговая стратегия проекта. Концепция маркетинга проекта.
16. Программа маркетинга проекта. Бюджет маркетинга проекта. Реализация маркетинга проекта. Управление маркетингом в рамках управления проектами.
17. Состав и порядок разработки проектной документации. Управление разработкой проектной документации.
18. Функции менеджера проекта.
19. Автоматизация проектных работ. Анализ программного обеспечения для управления проектами.
20. Экспертиза проектно-сметной и проектной документации. Порядок проведения экспертизы.
21. Государственная и общественная экологическая экспертиза проектов.
22. Принципы оценки эффективности проектов. Исходные данные для расчета эффективности.
23. Показатели эффективности проекта. Учет риска и неопределенности при оценке эффективности проекта.
24. Процесс планирования проекта.
25. Структура разбиения работ. Ошибки планирования.
26. Детальное планирование. Ресурсное планирование.
27. Сметное и календарное планирование. Документирование плана проекта.
28. Принципы управления стоимостью проекта. Оценка стоимости проекта.
29. Бюджетирование проекта. Методы контроля стоимости проекта. Ответность по затратам.
30. Мониторинг работ по проекту. Анализ результатов по проекту.
31. Принятие решений по проекту. Управление изменениями по проекту.
32. Взаимосвязь объемов, продолжительности и стоимости работ.
33. Методы управления содержанием работ. Структура и объемы работ.
34. Управление временем по проекту.
35. Управление производительностью труда по проекту.
36. Современная концепция управления качеством. Управление качеством проекта.
37. Система менеджмента качества. Сертификация продукции проекта.
38. Ресурсы проекта. Процессы управление ресурсами проекта. Принципы планирования ресурсов проекта.
39. Управление закупками ресурсов. Управление поставками. Управление запасами.

Логистика в управлении проектами.

40. Организация деятельности персонала. Управление персоналом проекта. Психологические аспекты управления персоналом проекта.

41. Понятие риска и неопределенности. Анализ проектных рисков.

42. Методы снижения уровня риска. Организация работ по управлению рисками.

Задание «Планирование проекта»

Цель: отработать навыки самостоятельного написания проектов.

Задачи:

1. Самостоятельно выбрать тему проекта (проектирование в профессиональной сфере, социальное проектирование, обучение служением, креативные индустрии, технологическое предпринимательство)
2. Составить спецификацию проекта, которая будет содержать в себе:
 - Актуальность, цель, задачи проекта
 - Обоснование и целесообразность
 - Перечень действий (от 12 до 25)
 - Сроки выполнения
 - Количество ответственных лиц и исполнителей (не менее 2 человек)
 - Требуемые ресурсы
3. Осуществить сетевое планирование проекта и с его помощью оценить реальную длительность проекта, включая следующие действия:
 - Составление сетевого графика
 - Определение продолжительности выполнения действий (как вариант, можно указать минимальную, максимальную и наиболее вероятную продолжительность действия)
 - Определение ранних и поздних сроков выполнения действий
 - Определение резервов времени по каждому событию
4. Составить календарный план-график проекта (график Ганта), указав на нем критический путь, а также указать рядом с каждым действием ответственных лиц и исполнителей, а также определить длительность проекта по методу ПЕРТ.
5. Описать и проанализировать все способы и возможности сокращения времени выполнения проекта за счет:
 - Изменения используемых или привлечения дополнительных ресурсов (рабочих, техники, денег и пр.)
 - Изменения перечня и последовательности выполняемых действий вследствие изменения способа или технологии выполнения проекта
6. Определить внутреннюю и внешнюю среду реализации проекта.
7. Провести маркетинговый анализ.
8. Организация проектного финансирования.
9. Риски и мероприятия по их снижению.
10. Проанализировать проект по всем составляющим проектного анализа
11. Оценить инвестиционную привлекательность проекта.
12. Составление паспорта проекта.

Типовые задания к ситуационному (кейс-стадии) заданию

Кейс 1. Базовые концепции управления проектами

Компания Volvo пытается определить, устаревают ли сборочные линии по мере исчезновения массовых рынков. В 1974 году Volvo, шведский производитель автомобилей, демонтировала сборочную линию на своем заводе в Калмаре (Швеция). Линию заменили на систему, при которой автомобили собирались небольшими децентрализованными рабочими бригадами.

Руководители Volvo верят, что бригады и возврат к мастерству улучшит качество и повысит гордость рабочих за свою работу. Вера руководства Volvo в бригадную форму работы так сильна, что эта система введена и на новом заводе в Уддевалла, Швеция. Строительство завода в Уддевалла закончено в 1990 году на нем должны выпускать 740-ю и 940-ю модели. К концу 1991 года завод производил около 22 тысяч автомобилей в год; при выведении его на полную мощность он должен производить 40 тысяч автомобилей в год при 1000 занятых на нем рабочих.

На этом заводе самоуправляемые бригады, состоящие из 8-10 рабочих, собирали автомобили от начала до конца. Собираемые автомобили не двигались по конвейеру от одного рабочего к другому, а собирались в стационарных условиях. Специальное устройство поворачивало или наклоняло автомобиль, когда это было необходимо рабочему для выполнения определенных сборочных работ.

Каждая бригада имеет высокую степень автономности и ответственности; они сами устанавливают для себя время перерывов и составляют график отпусков, а также перераспределяют работу в отсутствие одного из членов бригады. Бригады также принимают участие в принятии решений и несут ответственность по различным вопросам, включая контроль качества, планирование производства, разработку рабочих процедур, обслуживание оборудования и заказы поставщиков.

Рабочим на заводе в Уддевалла платят за результат. Дополнительно к зарплате выплачивают премии за высокое качество и производительность и за выполнение еженедельных поставок. Здесь нет контролеров и мастеров. Каждый из шести производственных цехов состоит из 80-100 работников, поделенных на сборочные бригады. В каждой бригаде есть координатор (выбираемый на ротационной основе), который непосредственно контактирует с менеджерами. Чтобы удостовериться в работоспособности системы, работникам предоставляют полную информацию.

Volvo не останавливается ни перед чем, чтобы рабочие прониклись глубоким пониманием истории, традиций и стратегии компании. Поддерживается свободный поток информации, и рабочие знают все – от сборочных процессов до самых последних инноваций.

Новая система в Уддевалла оказалась не совсем успешной. Несмотря на повышение дисциплины, уменьшение количества прогулов, производительность не так высока, как на заводе в Генте, Бельгия, где сборка автомобилей на конвейере занимает вдвое меньше времени. Леннерт Эрикссон, руководитель профсоюза рабочих на заводе в Уддевалла, считает, что примененный подход здесь сработает: "Я убежден, что работа таких бригад будет успешной и конкурентоспособной. Наша следующая цель – работать лучше, чем это делают на заводе в Калмаре, а затем лучше, чем в Генте".

Volvo много инвестирует в обучение рабочих на заводе в Уддевалла. Во-первых, работники проходят начальный 16-недельный курс, как часть 16-месячной программы обучения, по которой рабочих обучают работе на сборочном конвейере. Рабочих поощряют делиться друг

с другим опытом и обмениваться идеями. Как профсоюз, так и управляющие уверены, что новая система улучшит организацию. Но на это необходимо время.

Система к каждому предъявляет ряд требований, и поэтому введению этой системы оказывают сопротивление. Так же как и другие производители автомобилей, Volvo не избежала уменьшения продаж своих автомобилей. Но некоторые эксперты рассматривают Volvo как компанию, куда следует инвестировать средства после начала подъема.

Акции фирмы на бирже поднялись в цене с 35 пунктов в начале 1991 года до 60 спустя год, в то время как стоимость акций GM, Ford и Chrysler продолжала падать от уровня 1991 года. Инвестиционная фирма Bear Stearns считает, что прибыль Volvo будет расти. Прилагая усилия, чтобы стать одним из самых крупных мировых производителей автомобилей, Volvo в то же время укрепляет сотрудничество с французским производителем автомобилей Renault и японским Mitsubishi.

Вопросы: 1. Какое различие между бригадами на заводе в Калмаре и бригадами самоуправления в Уддевалле? 2. Насколько важно предоставление дополнительных полномочий работникам завода Volvo в Уддевалле? 3. Как вы думаете, почему наблюдается сопротивление введению бригадной работы на заводе в Уддевалле? Каким образом Volvo может сломить это сопротивление? 4. Завод в Уддевалле был закрыт в 1994 году. Почему там так и не смогли достичь такой производительности труда, как на заводе в Генте? (Совет: не забывайте, что Уддевалла находится в Швеции, а Гент — в Бельгии.)

Кейс 2. «Выбор источника финансирования инвестиционного проекта»

Цель разбора деловой ситуации: Важнейшим источником финансирования деятельности компаний являются заемные средства и кредитные ресурсы, в качестве которых выступают банковские кредиты и облигационные займы. В большинстве случаев получение средств через облигационные займы для предприятий обходится дешевле, чем банковское кредитование. Однако при эмиссии облигаций имеются сопутствующие издержки на оплату услуг консультантов, андеррайтеров и т.п.

Поэтому в данном кейсе рассматриваются варианты привлечения инвестиций путем банковского кредита и эмиссии облигаций. Задача менеджеров — выбрать из предлагаемых вариантов тот, который обеспечивает наиболее дешевый способ привлечения финансовых ресурсов.

Проектной компании «Мультиком» для реализации инвестиционных проектов требуются финансовые ресурсы в размере 1000 млн.руб. сроком на 4 года. Компания решила привлечь средства на финансовом рынке путем банковского кредита или эмиссии облигаций. Гарантом выступает головное предприятие – инициатор проекта, которое не требует от проектной компании вознаграждения за предоставление гарантии. На рабочем совещании у финансового директора рассматриваются варианты привлечения банковского кредита и несколько вариантов эмиссии обычных необеспеченных облигаций, предложенных различными службами компании.

Банковский кредит.

Рассмотрев кредитную заявку компании, банк предложил следующие условия кредитования.

Кредит в сумме 1000 млн. руб. банк предоставляет проектной компании сроком на 4 года под гарантию инициатора проекта. Кредит выдается проектной компании под 20% годовых с ежемесячной выплатой процентов. Кредит погашается единовременно через 4 года.

Эмиссия облигаций.

I вариант

Финансовый отдел компании для привлечения инвестиционных ресурсов предложил выпустить безотзывные четырехгодичные облигации номинальной стоимостью 1000 руб. с купонной ставкой 20% годовых. Доход по купону выплачивается 1 раз в год. По данным, представленным финансовым отделом, в настоящее время аналогичные компании осуществляют эмиссию облигаций на срок 3-5 лет, выплачивая по купону 20% годовых. По мнению финансового отдела 20% - это нормальная рыночная доходность, которая будет привлекательна для инвесторов, и эмиссию облигаций будет достаточно легко разместить. Объем эмиссии, равный 1000 млн. руб. потребует выпуска 100 000 облигаций, которые будут выпущены в без документарной форме как именные ценные бумаги. II вариант

Предложен отделом по управлению собственностью. По мнению специалистов данного подразделения 20-ти процентный заем слишком дорог. Предложено выпустить безотзывные необеспеченные облигации с купонной ставкой 15% годовых с выплатой купона 1 раз в год, что будет дешевле в обслуживании привлеченных средств.

В представленных материалах специалисты данного отдела аргументируют свою позицию по поводу 15% купона тем, что на финансовом рынке в настоящее время имеются облигации, выпущенные компанией такого же профиля, по которым установлен купон в размере 15%. Перед проведением совещания финансовый директор дал поручение службе финансового анализа подготовить справку по следующим вопросам:

1. Какие облигации аналогичных компаний в настоящее время обращаются на рынке, и каковы параметры выпуска данных облигаций?
2. Дать экспертную оценку существующих рыночных процентных ставок Из справки службы финансового анализа.
 1. На фондовом рынке в настоящее время котируются облигации, выпущенные компанией, которая по своим параметрам (виду деятельности, финансовым показателям и др.) весьма похожа на компанию «Мультиком». Облигации имеют номинальную стоимость 1000 руб. и годовую купонную ставку 15%. До срока погашения этих облигаций осталось 5 лет. В настоящее время облигации этой компании стоят на рынке 85 % от их номинальной стоимости.
 2. По оценкам аналитиков доходность по обращающимся облигациям аналогичной компании можно принять в качестве рыночной, т.е. инвесторы готовы предоставить компании необходимые ресурсы под данный уровень доходности. На запрос аналитического отдела независимая инвестиционная компания ответила, что по ее мнению, с учетом риска инвестиционного проекта инвесторы потребуют от проектной компании доходности в размере 20%.
 3. Для выпуска облигаций необходимы услуги финансового консультанта и андеррайтера. Услуги финансового консультанта составляют 500000 руб. Услуги андеррайтера составляют 1,2% от объема эмиссии облигаций по их номинальной стоимости. Андеррайтер гарантирует размещение всего выпуска.
 4. Налог на регистрацию проспекта эмиссии составляет 0,8% от объема эмиссии по номинальной стоимости облигаций и уплачивается при подаче проспекта на регистрацию.
 5. У компании имеются оборотные средства для оплаты услуг финансового консультанта, андеррайтера и уплаты налога на регистрацию проекта эмиссии.

Задание

1. Обсудите предложенные варианты привлечения финансовых средств.
2. Произведите оценку стоимости привлечения капитала по каждому варианту и выберите вариант, который обеспечивает наименьшую стоимость привлекаемых ресурсов.

Аргументируйте свой выбор.

Рекомендации к выполнению задания по кейсу:

1. Мнение инвестиционной компании о приемлемой доходности в размере 20% необходимо проверить, сопоставив этот уровень доходности с доходностью по облигациям аналогичной компании, которые в настоящее время обращаются на рынке.
2. Оценка стоимости привлекаемых ресурсов производится путем сопоставления оттока денежных средств из компании в виде платы за ресурсы (с учетом сопутствующих ресурсов) с объемом привлеченных средств. При оценке необходимо учитывать временную стоимость денег.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Содержание понятия «проект», «проектная деятельность», «управление проектом». Понятие и виды планирования. Представление о проектной деятельности.
2. Этапы планирования. Актуальность бизнес-проектирования в современных условиях хозяйствования.
3. Институциональное регулирование проектной деятельности: PMBOK, PMI. Нормативно-правовые акты Российской Федерации и регионов по регулированию проектно-инвестиционной деятельности.
4. Стандарты UNIDO, TACIS, EBPP, BFM Group, KPMG.
5. Требования кредитных организаций к содержанию бизнес-проекта.
6. Виды источников информации для проектной деятельности.
7. Виды литературных источников информации: учебная литература (учебник, учебное пособие), справочно-информационная литература (энциклопедия, энциклопедический словарь, справочник, терминологический словарь, толковый словарь), научная литература (монография, сборник научных трудов, тезисы докладов, научные журналы, диссертации). Информационные ресурсы (интернет - ресурсы).
8. Правила и особенности информационного поиска информации для проекта в Интернете. Отбор, фиксация и обобщение информации.
9. Классификация проектов по типологическим признакам (по доминирующей в проекте деятельности; по предметно-содержательной области; по характеру координации проекта; по характеру контактов; по количеству участников проекта; по продолжительности выполнения проекта и др.).
10. Типы проектов по сферам деятельности (технический, организационный, экономический, социальный, смешанный). Классы проектов (монопроекты, мультипроекты, мегапроекты).
11. Виды проектов (инвестиционный, инновационный, научно-исследовательский, учебно-образовательный, смешанный).
12. Способы определения цели проекта. Целеполагание и его эффективность.
13. Внутренняя среда реализации проекта. Понятие и элементы внутренней среды.

14. Оценка ресурсов и потребности в финансировании. Анализ внутренней среды предприятия.
15. Внешняя среда реализации проекта. Понятие и состав внешней среды реализации проекта (микро-, мезо-, макросреда).
16. Анализ внешнего окружения (PEST-анализ, SWOT-анализ, матрица McKinsey, матрица Ансоффа, модель 5 сил Портера, анализ конкурентов).
17. Рынок проекта. Сроки реализации проекта. Структура финансирования.
18. Источники и обеспечение финансирования проекта. Основные показатели эффективности проекта.
19. Перечень работ. Описание продукта. Характеристики закупаемого оборудования. Технологическое оборудование. Автотранспорт. Оценка потребности в ресурсах. Метод оценки и пересмотра планов (метод ПЕРТ).
20. Цели маркетинга. Общая стратегия маркетинга. Маркетинговый анализ (фирма, проект, рынок, продукт, конкуренты).
21. Ценообразование. Реклама и продвижение продукта на рынке. Финансовое обеспечение плана маркетинга.
22. Обеспечение экологической и технической безопасности проекта.
23. Организационно-правовая форма предприятия (условия создания и партнерства, учредители и принадлежащие им доли).
24. Налоговый режим. Стейкхолдеры проекта.
25. Распределение обязанностей между членами руководящего состава. Характеристика персонала.
26. Правовые аспекты реализации проекта. Поддержка проекта местной администрацией.
27. Объем необходимых инвестиций.
28. Объем финансирования проекта по источникам и периодам.
29. Условия предоставления кредитов. План доходов и расходов. План движения денежных средств. Прогнозный баланс.
30. Оценка эффективности проекта (чистый дисконтированный доход, индекс доходности, внутренняя норма доходности, срок окупаемости).
31. Оценка финансовой реализуемости проекта.
32. Оценка проектных рисков.
33. Анализ безубыточности проекта. Анализ чувствительности проекта.
34. Разработка мероприятий по снижению проектных рисков.
35. Содержание деятельности социально-ориентированных НКО и особенности взаимодействия с ними в рамках проектной деятельности.
36. Особенности разработки и реализации проектов по заказу органов государственной власти и государственных организаций.
37. Социальные проекты в бизнесе. Социальное предпринимательство и «Обучение служением».
38. Роль креативных индустрий в современной экономике.
39. Основные особенности проектной деятельности в креативных индустриях.
40. Жизненный цикл креативного проекта. Бизнес-модель креативного проекта.
41. Основные источники и модели монетизации креативных проектов. Источники финансирования креативных проектов.
42. MVP (минимально жизнеспособный продукт) в контексте креативного проекта.

43. Стратегия продвижения креативного продукта: каналы и инструменты.
44. Основные цели, задачи и особенности проектной деятельности в сфере технологического предпринимательства.
45. Применение методологии Waterfall, Agile, Scrum, Lean в управлении технологическими стартапами.
46. MVP (минимально жизнеспособный продукт) в контексте технологических проектов.
47. Бизнес-модель технологического стартапа.
48. Источники финансирования технологических стартапов: венчурный капитал, бизнес-ангелы, гранты, краудфандинг и пр.
49. Роль технологического предпринимательства в современной экономике.
50. Оценка эффективности технологического стартапа.

Зачет проводится на основании публичной защиты паспорта проекта. Паспорт проекта разрабатывается в соответствии с профессиональной сферой и траекторией проектной деятельности (социальный проект, общественный проект в интересах социального заказчика, проект в сфере технологического предпринимательства или креативных индустрий).

Структура паспорта проекта соответствует содержательным элементам проектных сессий в соответствии с выбранной траекторией проектной деятельности.

Критерии оценивания результатов обучения

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»: студент демонстрирует системные знания о содержании вопросов, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями практическим содержанием проектной деятельности, допускает незначительные ошибки; умеет использовать методы и алгоритмы управления проектами в собственной профессиональной деятельности, использовать результаты и продукты проектной деятельности в профессиональной сфере.

«не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент не понимает сущность излагаемых вопросов, допускает грубые ошибки в ответе, демонстрирует неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы экзаменаторов.

Критерии оценивания публичной защиты паспорта проекта:

«удовлетворительно» / «зачтено» – результаты разработки проекта представляют собой изложение несамостоятельных результатов проектной деятельности, компиляцию материалов без обработки источников;

«хорошо» / «зачтено» – результаты разработки проекта представляют собой самостоятельный анализ разнообразных научных исследований и эмпирических данных, однако не в полной мере отражает требования, сформулированные к его структуре и содержанию.

«отлично» / «зачтено» – результаты разработки проекта представляют собой результаты самостоятельной проектной деятельности и отражают все требования, к содержательному наполнению и структурированию проекта.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Управление проектами: фундаментальный курс: учебник / А. В. Алешин, В. М. Аньшин, К. А. Багратиони [и др.]; под ред. В. М. Аньшина, О. Н. Ильиной. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2022. – 800 с.: ил., табл. – (Учебники Высшей школы экономики). URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699578>

2. Тихомирова, О. Г. Управление проектом: комплексный подход и системный анализ: монография / О.Г. Тихомирова. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 300 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/2102184>

3. Зуб, А. Т. Управление проектами: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. - Москва: Юрайт, 2022. - 422 с. URL: <https://urait.ru/bcode/489197>

4. Ахмедова М.Р., Клещева Ю.С., Половченко М.А. Основы проектного менеджмента: учебное пособие. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2021. – 171 с. – 500 экз. ISBN 978-5-8209-2022-6.

5. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководства PMBOK®): практическое пособие: [16+] / Перевод с английского. – 5-е изд. – Москва: Олимп-Бизнес, 2018. – 613 с.: табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494449>

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>

2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://ldiss.rsl.ru/>;
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>;
3. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>;
4. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>;
5. Архивы научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru/>;
6. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия) <http://uisrussia.msu.ru/>;
7. "Лекториум ТВ" - видеолекции ведущих лекторов России <http://www.lektorium.tv/>
8. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
3. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
4. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://schoolcollection.edu.ru/>.

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

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

По курсу «Основы проектной деятельности» предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых дается основной систематизированный материал, практических занятий, на которых происходит закрепление теоретического материала,

разбираются кейсы, в рамках командной работы проводится отработка проектных сессий для разработки паспорта проекта.

Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем-лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения с использованием интерактивных образовательных технологий (мультимедийных, лекции-дискуссии).

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом учебной дисциплины. Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде.

Задачи лекции заключаются в обеспечении формирования системы знаний по учебной дисциплине, в умении аргументировано излагать научный материал, в формировании профессионального кругозора и общей культуры, в отражении еще не получивших освещения в учебной литературе новых достижений науки, в оптимизации других форм организации учебного процесса.

Практические занятия – являются формой учебной аудиторной работы, в рамках которой формируются, закрепляются и представляются студентами знания, умения и навыки, интегрирующие результаты освоения компетенций как в лекционном формате, так в различных формах самостоятельной работы. К каждому занятию преподавателем формулируются пошаговые задания в рамках проектных сессий и методические рекомендации к их выполнению, которые представляются в фонде оценочных средств учебной дисциплины.

Контроль самостоятельной работы: для студентов дневной, очно-заочной форм обучения – текущий контроль осуществляется в соответствии с программой занятий (еженедельно для студентов очной формы обучения; по семестрам – для студентов заочной формы обучения); промежуточный контроль по итогам освоения дисциплины осуществляется в форме зачета. Зачет выставляется на основании публичной защиты паспорта проекта. Описание заданий для самостоятельной работы студентов и требований по их выполнению выдаются преподавателем в соответствии с разработанным фондом оценочных средств по дисциплине.

Важнейшим этапом курса является самостоятельная работа по дисциплине. Самостоятельная работа студентов по данному учебному курсу предполагает поэтапную подготовку по каждому разделу в рамках соответствующих заданий.

Первый этап самостоятельной работы студентов включает в себя тщательное изучение теоретического материала на основе лекционных материалов преподавателя, рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, материалов периодических научных изданий, необходимых для овладения понятийно-категориальным аппаратом и формирования представлений о комплексе аналитического инструментария, используемого как в рамках данной отрасли знания, так и публичной практике.

На втором этапе на основе сформированных знаний и представлений по данному разделу студенты выполняют практические задания, нацеленные на формирование умений и навыков в рамках заявленной компетенции. На данном этапе студенты осуществляют самостоятельный поиск эмпирических материалов в рамках конкретного задания, обобщают и анализируют собранный материал по схеме, рекомендованной преподавателем, формулируют выводы, готовят практические рекомендации, проектные и презентационные материалы для публичного их представления и обсуждения.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания участия в дискуссии:

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - студент активно участвует в дискуссии, логично и последовательно выражает свой ответ, демонстрирует знания, которые соответствуют объему их раскрытия; правильно использует научную терминологию в контексте ответа; демонстрирует умения объяснять причинно-следственные и функциональные связи; раскрывать на примерах относящиеся к вопросу теоретические положения и понятия; формулировать собственные суждения и аргументы.

«хорошо» / «зачтено» - студент допускает малозначительные ошибки, или недостаточно полно раскрыл содержание вопроса, а затем не смог в процессе беседы самостоятельно дать необходимые поправки и дополнения, или не обнаружил какое-либо из необходимых для раскрытия данного вопроса умение.

«удовлетворительно» / «зачтено» - в ответе допущены значительные ошибки, или в нем не раскрыты некоторые существенные аспекты содержания, или студент не смог показать необходимые умения.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания презентации:

Критерии оценки:

«отлично»/ «зачтено» - презентация адекватно отражает содержание и структуру сформулированного задания; студент творчески подошел к визуализации материала; в публичной защите отражены аналитические обобщения и выводы;

«хорошо»/ «зачтено» - презентация частично соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и структуре задания; в публичной защите отражены фрагментарные аналитические обобщения и выводы;

«удовлетворительно» / «зачтено» - презентация частично соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и структуре задания; отсутствуют аналитические обобщения и выводы.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания работы в малых группах:

Работа в малых группах над кейсом и решением управленческих задач.

Кейс-стади основан на детальном ситуационном анализе конкретных, реальных ситуаций. Для работы необходимо описание кейса, вопросы и задания к нему и, при необходимости, дополнительные материалы. Если описание кейса имеет большой объем, либо кейс сопровождается дополнительными материалами, студенты получают их для ознакомления заблаговременно.

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - лидерская позиция и модераторство в групповой деятельности над заданием кейса с содержательным участием в публичном обсуждении и системной аргументации сформулированных выводов.

«хорошо» / «зачтено» - работа в групповой деятельности над заданием кейса с содержательным участием в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов.

«удовлетворительно» / «зачтено» - работа в групповой деятельности над заданием кейса без участия в публичном обсуждении и аргументации сформулированных выводов.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов проектной деятельности:

Критерии оценки:

«удовлетворительно» / «зачтено» – промежуточные результаты проекта представляют собой изложение несамостоятельных результатов проектной деятельности компиляцию материалов без обработки источников;

«хорошо»/ «зачтено» - промежуточные результаты проекта представляют собой самостоятельный анализ разнообразных научных исследований и эмпирических данных, однако не в полной мере отражает требования, сформулированные к его структуре и содержанию.

«отлично»/ «зачтено» - промежуточные результаты проекта представляют собой результаты самостоятельной проектной деятельности и отражают все требования, к содержательному наполнению и структурированию проекта.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания курсового проекта:

Результат защиты курсового проекта определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное проведение и описание группового курсового проекта.

Оценку «отлично» заслуживает курсовой проект, в котором дано всестороннее обоснование актуальности темы, обоснована социальная проблема (проблемная ситуация признана значимой, выявлены причины ее возникновения) с применением инструментов диагностики проблем, обоснованы задачи каждого члена команды, определен способ решения проблемной ситуации, определены цель (в соответствии со SMART-критериями), задачи и мероприятия, результаты курсового проекта, обоснованы ресурсы и детализированный бюджет, разработан медиа-план. При выполнении курсового проекта авторы показали умение работать в команде, связывать теоретический и практический материал. В курсовом проекте использованы актуальные источники информации, работа написана грамотным академическим языком, оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями (представлен паспорт проекта по одной из предложенных тематик: социальное проектирование, обучение служением, технологическое предпринимательство, креативные индустрии) и прошла нормоконтроль. Во время защиты курсового проекта обучающиеся представили качественные презентационные материалы, продемонстрировали навыки публичного выступления, показали полное владение материалом, дали глубокие, исчерпывающие и аргументированные ответы на все вопросы.

Оценку «хорошо» заслуживает курсовой проект, в котором дано всестороннее обоснование актуальности темы, обоснована социальная проблема, обоснованы задачи каждого члена команды, определен способ решения проблемной ситуации, определены цель, задачи и мероприятия, результаты, обоснованы ресурсы и детализированный бюджет, но медиаплан детально не проработан. При выполнении курсового проекта авторы показали умение работать в команде, связывать теоретический и практический материал. В курсовом проекте использованы актуальные источники информации, работа написана грамотным академическим языком, оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями (представлен паспорт проекта по одной из предложенных тематик: социальное проектирование, обучение служением, технологическое предпринимательство, креативные индустрии) и прошла нормоконтроль. Во время защиты курсового проекта обучающиеся представили качественные презентационные материалы, продемонстрировали навыки публичного выступления, показали полное владение материалом, однако не на все вопросы дали глубокие, исчерпывающие и аргументированные ответы.

Оценку «удовлетворительно» заслуживает курсовой проект, если в нем, в основном, соблюдены общие требования, отсутствует качественное обоснование социальной проблемы и ее актуальность, фрагментарно представлены обязательные элементы курсового проекта, неполно поставлены задачи и определены результаты. В работе используются ссылки на устаревшие, либо неактуальные источники. Курсовой проект оформлен аккуратно, прошел нормоконтроль, презентационные материалы достаточно информативны. Авторы курсового проекта посредственно владеют материалом, отвечают на вопросы поверхностно, допускают существенные недочеты, с трудом устраняют допущенные ошибки в выводах.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice
Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Операционная система MicrosoftWindows Офисный пакет приложений MicrosoftOffice

Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Операционная система Microsoft Windows Офисный пакет приложений Microsoft Office
---	---	---