МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет архитектуры и дизайна

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
_____ Хагуров Т.А.
*подпись*
«_02_» _____июня_____ 2026 г.

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.03 ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИСКУССТВЕ КОСТЮМА)

Направление подготовки 54.03.03 Искусство костюма и текстиля

Направленность (профиль) Художественное проектирование костюма

Форма обучения очная

Квалификация бакалавр

Краснодар 2026

Рабочая программа дисциплины ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (В ИСКУССТВЕ КОСТЮМА) составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 54.03.03 Искусство костюма и текстиля

Программу составила:
Э.В. Осанова, преподаватель кафедры дизайна костюма

Рабочая программа дисциплины Основы проектной деятельности (в искусстве костюма) утверждена на заседании кафедры дизайна костюма
протокол № 9 от « 11» мая 2026 г.
Заведующий кафедрой дизайна костюма Зимина О.А.

Рабочая программа утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета архитектуры и дизайна протокол № 7 от «12» мая 2026 г.
Председатель УМК факультета Иваненко О.П.

Рецензенты:

А.В. Шаповалова, канд. ист. н., ген. директор ООО Академия сценического костюма «Златошвея», Канд. ист. н., член Союза Дизайнеров России

С.Г. Ажгихин, канд. пед. н., профессор, профессор каф. дизайна, компьютерной и технической графики ФГБОУ ВО «КубГУ»

## 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.

Изучение дисциплины формирует у студентов системное и целостное представление о процессе проектирования одежды и соотношения всех его составных частей: моделирования, конструирования, технологии изготовления.

### 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 Б1.О.03 «Основы проектной деятельности» (в искусстве костюма) относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе (3 семестр) по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОПОП и базируется на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин как:

- Введение в направление подготовки.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин как:

- Методы научных исследований
- Выполнение проекта в материале

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

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:УК-2.1., УК-2.2.

| Код и наименование индикатора | 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 методологии для решения профессиональных задач | Знает: принципы проектной методологии |
| | Умеет: поставить цели и определить круг задач проектирования для их достижения. |
| | Владеет: методологией проектирования, приемами и методами ведения проекта |
| ИУК 2.4 Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария | Знает: необходимую нормативную документацию для решения профессиональных задач |
| | Умеет: найти оптимальные способы решения профессиональных задач, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений |
| | Владеет: навыками оценки рисков на основе проектного инструментария |

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утверждённым 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 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

| Виды работ | | Всего часов |
|---|---|---|
| **Контактная работа, в том числе:** | | **52,2** |
| **Аудиторные занятия (всего):** | | **50** |
| Занятия лекционного типа | | 16 |
| Практические занятия | | 34 |
| **Иная контактная работа:** | | **2,2** |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 2 |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 |
| **Самостоятельная работа, в том числе:** | | **55,8** |
| Проработка учебного (теоретического) материала | | 55,8 |
| Подготовка к текущему контролю | | |
| **Контроль:** | | |
| Подготовка к экзамену | | |
| **Общая трудоемкость** | **час.** | **108** |
| | **в том числе контактная работа** | **52,2** |
| | **зач. ед.** | **3** |

### 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре (2 курсе) очной формы обучения.

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | | ПР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Основы проектной деятельности: контуры предметного поля. Этапы проектной деятельности в искусстве костюма. | 7,8 | 2 | | | 5,8 |
| 2. | Особенности проектирования детской одежды | 18 | 4 | | 6 | 8 |
| 3. | Особенности проектирования специальных видов одежды | 16 | 2 | | 6 | 8 |
| 4. | Социальное проектирование и социальное предпринимательство в профессиональной сфере. | 16 | 2 | | 6 | 8 |
| 5. | Создание и реализация общественного проекта (Обучение служением) | 18 | 2 | | 6 | 10 |
| 6. | Проектная деятельность в сфере технологического предпринимательства | 14 | 2 | | 4 | 8 |
| 7. | Проектная деятельность в сфере креативных индустрий | 16 | 2 | | 6 | 8 |
| | ИКР | 0,2 | | | | |
| | КСР | 2 | | | | |
| | ***Итого по дисциплине:*** | **108** | **16** | **0** | **34** | **55,8** |

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

### 2.3 Содержание разделов дисциплины

#### 2.3.1 Занятия лекционного типа

| № | Наименование раздела (темы) | Содержание раздела (темы) | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| 1. | Основы проектной деятельности: контуры предметного поля. Этапы проектной деятельности в искусстве костюма. | 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. Изучение основных этапов процесса проектирования одежды: Исследование проектной ситуации; | Оценка участия в работе в малых группах |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2. | Особенности проектирования детской одежды | Особенности проектирования детской одежды для разных возрастов. Нормативно-техническая документация. Выбор материалов для одежды | Опрос, обсуждение, доклады-презентации. |
| 3. | Особенности проектирования специальных видов одежды | Проектирование внешних контуров спецодежды;<br>Анализ предпроектной ситуации и разработка творческой концепции коллекции моделей. Составление и анализ технического задания для проектируемой авторской коллекции моделей одежды. | Опрос, обсуждение, доклады-презентации. |
| 4. | Социальное проектирование и социальное предпринимательство 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. | Оценка участия в работе в проектной команде над паспортом проекта |
| 5. | 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 обучение служением. Социальная значимость профессии государственного и муниципального служащего.<br>Виды социальных партнеров и специфика работы с НКО по реализации социально значимых проектов. Поиск 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. | Опорные конспекты. Участие в дискуссиях (в рамках лекций-дискуссий) Регистрация на платформе «Добро.ру» |
| 6. | Проектная деятельность в сфере технологического предпринимательства | Экономическая сущность и концепции инновационного развития технологического предпринимательства. Инфраструктура технологического предпринимательства. | Оценка участия в работе в проектной |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | Управление инновационными процессами в технологическом предпринимательстве. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план. Управление коммерциализацией технологических инноваций. Разработка и выведение продукта на рынок. Формирование бизнес-идей как основа организации стартапа. Инструменты привлечения финансирования. | команде по формированию MVP. |
| 7. | 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. | Выполнение групповых проектных заданий. Промежуточная презентация креативного проекта. |

### 2.3.2 Занятия семинарского типа

Не предусмотрены.

### 2.3.3 Лабораторные 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. | Участие в работе малой группе «Оценка собственного опыта проектной деятельности» |
| 2. | 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. 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. | Презентация результатов группового проектирования (проектные сессии 1-6). |
| 3. | Создание и реализация общественного проекта (Обучение служением) | | |
| 4. | 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 | Презентация результатов группового проекта (проектные сессии 1-4). |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 5. | 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)).<br>Проектная сессия № 1 Аналитика успеха креативного стартапа в индустрии цифровых медиа.<br>Проектная сессия № 2 Бизнес-модель креативного проекта.<br>Проектная сессия № 3 Продвижение креативного продукта: стратегии и каналы<br>Проектная сессия № 4 Краудфандинг: сбор средства на творческий проект | Презентация результатов группового проекта (проектные сессии 1-4) |

**2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

Курсовые работы не предусмотрены

**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 | Выполнение графических работ | 1. ГОСТ Р 71582-2024. Национальный стандарт Российской Федерации. Одежда обучающихся (школьная форма). Общие технические требования<br>2. ТР ТС 007/2011 от 23. 09. 2011 № 797 О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков: Технический регламент Таможенного Союза. М., 2011.<br>3. СанПиН 2.4.7./1.1.1286-03 Гигиенические требования к одежде детей, подростков и взрослых: от 20.06.03. М., 2006.<br>4. *Иващенко И.Н., Беляева С.А.* Проектирование теплозащитной специальной одежды для работников нефтедобывающей отрасли: монография. Краснодар, 2012.<br>5. ГОСТ Р 12.4.185-99 ССБТ Средства индивидуальной защиты от пониженных температур. Методы определения теплоизоляции комплекта.<br>6. МР 2.2.7.2129-06 Режимы труда и отдыха работающих в холодное время года на открытой территории или в неотапливаемых помещениях. М., 2006.<br>7. МР 2.2.82117-06 от 07.09.06. Гигиенические требования к теплоизоляции комплекта СИЗ от холода в различных климатических районах и методы ее оценки. М., 2006.<br>8. Шершнева, Лидия Петровна. Конструирование одежды (теория и практика): учебное пособие для студентов вузов / Л. П. Шершнева, Л. В. Ларькина . - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2011. - 288 с. |
| 2 | Выполнение практического задания | |
| 3 | Подготовка к текущему контролю | |

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: мультимедийные лекции с элементами дискуссии, практические занятия, проблемное обучение, модульная технология, проектные методы в обучении, 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 Б1.О.03 «Основы проектной деятельности».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме проектной деятельности в рамках проектных сессий, доклада-презентации по проблемным вопросам, ситуационных задач 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 методологии для решения профессиональных задач. | Знает принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. | Степень участия в лекции-дискуссии.<br>Задание в малых группах «Оценка собственного опыта проектной деятельности»<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 1). | Вопросы к зачету, публичная защита паспорта проекта |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2 | ИУК-2.3. Использует принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. | Умеет применять принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. | Степень участия в лекции-дискуссии.<br>Задание в малых группах «Оценка собственного опыта проектной деятельности»<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 2).<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 6). | Вопросы к зачету, публичная защита паспорта проекта |
| 3 | 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. | Степень участия в лекции-дискуссии.<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 2).<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 4).<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 5). | 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. | Умеет выбрать оптимальный решение задачи, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. | Степень участия в лекции-дискуссии.<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 3).<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 4).<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 5). | Вопросы к зачету, публичная защита паспорта проекта |
| 5 | ИУК-2.4. Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. | Владеет навыками обоснования проблемы | Степень участия в лекции-дискуссии.<br>Презентация результатов группового социального проектирования (Проектная сессия № 1). | 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 социального проекта. Этапы разработки социального 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 социальных проектов. Проект реализуется в малых группах (4–5 человек). Каждый этап группового проектирования (проектные сессии) направлен на достижение промежуточных результатов социального проектирования и их презентацию на практических занятиях.

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

**Проектная сессия № 1. Формулирование проблемы, на решение которой направлен 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**

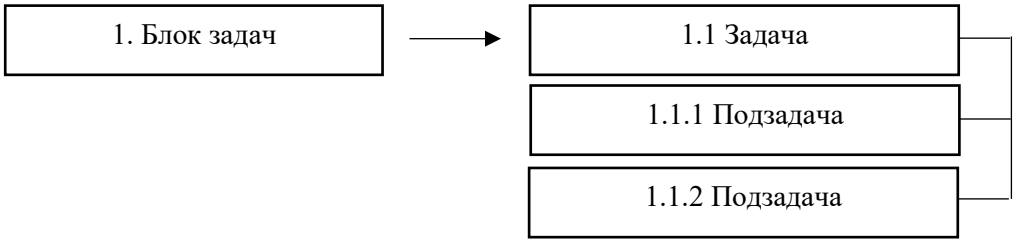
Цель групповой практической работы – определить цель реализации социального проекта в логической взаимосвязи с формулируемыми задачами, а также определить ожидаемые качественные и количественные результаты реализации социального проекта для целевой группы (благополучателей).

| **Цель проекта**: содержательные компоненты | | |
|---|---|---|
| Целевая группа проекта с конкретными признаками | Предполагаемое позитивное социальное изменение | Совокупность мероприятий («посредством проведения…») |
| | | |
| Цель проекта: _____<br>«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*

| Цель 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:

1. 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.
2. Проведение исследований целевой аудитории КастДев (customer development): Группы проводят первичное исследование с помощью:
   - онлайн-опросов (Яндекс.Анкеты 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.

3. 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 CAC 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 проета (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, театральный спектакль, 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.Анкеты);
- 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;
- освоят 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; театральный спектакль; 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.Анкеты);
- 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;
- A/B 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.

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен/зачет)**

1. Содержание и признаки проекта. Типы проектов в организации.
2. Жизненный цикл проекта и его этапы.
3. Проектная и процессная деятельность в организации.
4. Компетентностная модель проектной деятельности. Организация проектной команды.
5. Системная модель проектного менеджмента.

6. Инициация и разработка концепции проекта. Цели проекта. Оценка жизнеспособности проекта.
7. Планирование содержания проекта. Структуризация проекта. Управление предметной областью проекта.
8. Состав и порядок разработки проектно-сметной документации (ПСД).
9. Представление проекта: презентация. Конкурсы проектов.
10. Распространение информации. Отчетность об исполнении.
11. Содержание деятельности социально-ориентированных НКО и особенности взаимодействия с ними в рамках проектной деятельности.
12. Особенности разработки и реализации проектов по заказу органов государственной власти и государственных организаций.
13. Социальные проекты в бизнесе. Социальное предпринимательство и «Обучение служением».
14. Роль креативных индустрий в современной экономике.
15. Основные особенности проектной деятельности в креативных индустриях.
16. Жизненный цикл креативного проекта.
17. Бизнес-модель креативного проекта.
18. Основные источники и модели монетизации креативных проектов.
19. Источники финансирования креативных проектов.
20. MVP (минимально жизнеспособный продукт) в контексте креативного проекта.
21. Стратегия продвижения креативного продукта: каналы и инструменты.
22. Основные цели, задачи и особенности проектной деятельности в сфере технологического предпринимательства.
23. Источники финансирования технологических стартапов: венчурный капитал, бизнес-ангелы, гранты, краудфандинг и пр.
24. Роль технологического предпринимательства в современной экономике.
25. 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. Управление проектом. Основы проектного управления: учебник для студентов вузов / Гос. ун-т управления; под ред. М. Л. Разу; [М. Л. Разу и др.]. - 2-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2007. - 760 с.: ил. - ISBN 9785859718412.
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

6. Шершнева, Лидия Петровна. Конструирование одежды (теория и практика): учебное пособие для студентов вузов / Л. П. Шершнева, Л. В. Ларькина . - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2011. - 288 с.

### 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.prlib.ru/;
5. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия) http://uisrussia.msu.ru/;
6. "Лекториум ТВ" - видеолекции ведущих лекторов России http://www.lektorium.tv/
7. Университетская информационная система РОССИЯ http://uisrussia.msu.ru
8. Web of Science (WoS) http://webofscience.com/
9. Scopus http://www.scopus.com/
10. ScienceDirect www.sciencedirect.com
11. Журналы издательства Wiley https://onlinelibrary.wiley.com/
12. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН http://archive.neicon.ru
13. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) https://rusneb.ru/
14. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action
15. Springer Journals https://link.springer.com/
16. Nature Journals https://www.nature.com/siteindex/index.html
17. Springer Nature Protocols and Methods https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols
18. Springer Materials http://materials.springer.com/
19. zbMath https://zbmath.org/
20. Nano Database https://nano.nature.com/
21. Springer eBooks: https://link.springer.com/

**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. Полные тексты канадских диссертаций http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/

3. КиберЛенинка (http://cyberleninka.ru/);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации https://www.minobrnauki.gov.ru/;
5. Федеральный портал "Российское образование" http://www.edu.ru/;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" http://window.edu.ru/;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов http://school-collection.edu.ru/ .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (http://fcior.edu.ru/);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" https://pushkininstitute.ru/;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" http://gramota.ru/;
11. Служба тематических толковых словарей http://www.glossary.ru/;
12. Словари и энциклопедии http://dic.academic.ru/;
13. Образовательный портал "Учеба" http://www.ucheba.com/;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

**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 соответствие 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.

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 415, 403 | Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) | 1. Microsoft Office Professional Plus №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 03.11.2017 1 год; № 73–АЭФ/223-ФЗ/2018 06.11.2018 1год Соглашение Microsoft ESS 72569510<br>2. CorelDRAW Graphics Suite 2019 Education License (5-50) (LCCDGS2019MLA2 ) 25 лицензий. Контракт № 01-АЭФ/44-ФЗ/2020 от 06.04.2020<br>3. Свободно распространяемые: 7-Zip; Google Chrome, Microsoft Teams<br>4. САПР "Грация" Персональные лицензии 15 шт. |
| Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 415, 403 | Аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) | |
| Учебные аудитории для проведения лабораторных работ. Аудитория 415, 403 | Мебель: учебная мебель<br>Технические средства обучения:<br>экран, проектор, компьютер<br>Оборудование: манекен, лекала | |

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<br>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы<br>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) | 1. Microsoft Office Professional Plus №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 03.11.2017 1 год; № 73–АЭФ/223-ФЗ/2018 06.11.2018 1год Соглашение Microsoft ESS 72569510<br>2. CorelDRAW Graphics Suite 2019 Education License (5-50) (LCCDGS2019MLA2 ) 25 лицензий. Контракт № 01-АЭФ/44-ФЗ/2020 от 06.04.2020<br>3. Свободно распространяемые: 7-Zip; Google Chrome, Microsoft Teams |
| Помещение для самостоятельной | Мебель: учебная мебель<br>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы | |

| | | |
|---|---|---|
| работы обучающихся (ауд.414, 322 ) | 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) | 4. САПР "Грация" Персональные лицензии 15 шт. |

**Рецензия**
**на рабочую программу учебной дисциплины**
**«Основы проектной деятельности (в искусстве костюма)»**
**для студентов направления подготовки**
**54.03.03 Искусство костюма и текстиля**
**факультета архитектуры и дизайна**
**кафедры дизайна костюма**
**Кубанского государственного университета**

Рабочая программа дисциплины «Основы проектной деятельности (в искусстве костюма)» включает тематическое планирование, учитывающее максимальную нагрузку, часы на лекционные и семинарские занятия, часы на самостоятельную работу студентов.

Рецензируемая программа дисциплины «Основы проектной деятельности (в искусстве костюма)» разработана в соответствии с требованиями Федеральных государственных стандартов высшего образования по направлению подготовки 54.03.03 Искусство костюма и текстиля, и соответствует ОПОП, разработанной вузом по данному направлению подготовки.

Рецензируемая программа «Основы проектной деятельности (в искусстве костюма)» предусматривает формирование у обучающихся знаний, необходимых для работы будущих дизайнеров; позволяет развить у студентов способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Практическая направленность решения образовательных и воспитательных задач способствует эффективному усвоению теоретического материала, определяет новизну программы.

Особый акцент в программе сделан на приобретение знаний, умений и навыков для грамотного использования их в смежных дисциплинах. Практической ценностью программы является то, что в ней собран большой учебно-методический материал, составленный от простого к сложному, от частного к общему. Дисциплина формирует у студентов системное и целостное представление о процессе проектирования одежды и соотношения всех его составных частей: моделирования, конструирования, технологии изготовления.

Образовательная программа может представить интерес для преподавателей высших учебных учреждений, имеющих необходимую проектную подготовку.

В целом программа «Основы проектной деятельности» (в искусстве костюма) оценена положительно, содержание программы соответствует государственным требованиям к уровню подготовки выпускников.

Рецензент




А.В. Шаповалова, канд. ист. н., ген. директор ООО Академия сценического костюма «Златошвея», член Союза Дизайнеров России