ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина: Управление коммуникационными проектами

1. Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Управление коммуникационными проектами» у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы*:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

* Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512)

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой вуза. В качестве показателей рассматриваются результаты освоения дисциплины, выраженные через знания, умения и владения (таблица 1).

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 1 – Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования с точки зрения результатов освоения дисциплины.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	**ИДК-УК-1.1.** Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	**Знать:** - Основные концепции, методологии и стандарты управления проектами (например, PMBOK, Agile). - Специфику проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. - Процессы управления коммуникациями: планирование, управление, мониторинг и контроль. - Принципы и методы управления проектными рисками и оценки эффективности проекта. - Методы анализа внешней и внутренней среды проекта.
	ИДК-УК-1.2. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решения в профессиональной деятельности.	**Уметь:** - Разрабатывать комплексные планы проекта, включая план коммуникаций, смету и бюджет. - Проводить идентификацию и анализ стейкхолдеров, определять их информационные потребности. - Организовывать работу проектной команды, проводить эффективные встречи (стартовые, стендапы, ретроспективы) и управлять командной динамикой. - Осуществлять мониторинг и контроль выполнения проекта, вносить корректировки на основе обратной связи. - Оценивать эффективность коммуникационного проекта по его завершении.
	ИДК-УК-1.3. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений.	**Владеть:** - Навыками применения специализированного программного обеспечения для управления проектами и коммуникациями (например, Asana, Trello, Jira). - Навыками эффективной коммуникации: активное слушание, ясное изложение мыслей, разрешение конфликтов и ведение переговоров. - Техниками управления временем и приоритетами (например, с использованием диаграммы Ганта). - Навыками презентации результатов проекта и работы с обратной связью от заказчиков и стейкхолдеров
ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку	**ИДК-ПК-3.2.** Способен применять количественные и качественные методы	**Знать:** - Принципы и методы оценки эффективности рекламных кампаний,

эффективности результатов продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	анализа (контент-анализ, статистический анализ, расчет ROI, ROAS, LTV, анализ вовлеченности и охватов), интерпретировать полученные данные, определять степень достижения поставленных целей коммуникационной кампании, выявлять сильные и слабые стороны использованных инструментов.	включая анализ конверсий, оценку рентабельности площадок и каналов продвижения, а также оценку точности попадания в целевую аудиторию. **Уметь:** - Рассчитывать ключевые показатели эффективности, используя соответствующие формулы (например, вычислять стоимость привлечения лида (CPL), коэффициент конверсии (CR) или возврат на инвестиции (ROI)). - Проводить комплексную оценку эффективности продвижения продукции в интернете, определяя рентабельность каналов продвижения и выявляя сильные и слаб стороны рекламной стратегии. **Владеть:** - Инструментами веб-аналитики (например, Google Analytics, Яндекс.Метрика) для сбора и анализа данных о посещаемости сайта и поведении пользователей.
	ИДК-ПК-3.3. На основе проведенного анализа делает выводы об эффективности проведенных мероприятий, готовит отчеты и презентации для руководства, разрабатывает практические рекомендации по корректировке стратегии, тактики и бюджета продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	**Знать:** - Основные метрики и KPI интернет-маркетинга, такие как CTR (Click-Through Rate), CPC (Cost Per Click), CPA (Cost Per Action), CR (Conversion Rate), LTV (Lifetime Value), CAC (Customer Acquisition Cost), ROI (Return on Investment), ROMI (Return on Marketing Investment) и ROAS (Return on Advertising Spend), а также понимать их значение и области применения. **Уметь:** - Анализировать и интерпретировать данные из систем аналитики (таких как Яндекс.Метрика или Google Analytics) для оценки поведения пользователей и эффективности рекламных кампаний. - Определять стоимость целевых действий (CPA) и стоимость привлечения клиента (CAC) для оценки финансовой эффективности маркетинговых активностей. **Владеть:** - Методами оценки возврата на инвестиции (ROI) и окупаемости затрат на маркетинг (ROMI) для обоснования маркетинговых расходов и принятия управленческих решений. - Навыками оценки качества рекламного сообщения и его соответствия целевой

		аудитории на основе ключевых метрик, таких как CTR и коэффициент конверсии. - Методикой контроля и оценки жизненной ценности клиента (LTV) и его влияния на долгосрочную прибыльность бизнеса

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний теоретических основ функционирования психосоциальных систем в целом, отдельных их сфер и звеньев, владеет некоторыми умениями анализа системы психосоциальных связей хозяйствующих субъектов, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	Пороговый (обязательный)
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал знание теоретических положений в области психологии, практические умения и навыки анализа и исследований на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в области психологии, необходимые для решения конкретных задач, связанных с экономическими системами, их структурой и направлениями политики	Продвинутый

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
государства; практические умения и навыки анализа и интерпретации информации, содержащейся в плановых документах и отчетности организаций различных правовых форм, публично-правовых образований, а также использования полученных сведений для принятия управленческих решений. Студент способен систематизировать и обобщать информацию по вопросам планирования и контроля кадров, обосновывать выбор метода управления для решения задач в области профессиональной деятельности.	

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

Вопросы для самоконтроля и подготовки к текущему контролю методом опроса

1. Области применения и преимущества проектного управления?
2. Каковы основные концепции управления проектами?
3. Стандарты в области управления проектами, возможность их применения в российских условиях.
4. Каковы основные роли участников проектов?
5. Управление структурами проектов.
6. Принципы корпоративной методологии и информационной системы управления проектами в компании.
7. Какие процессы относятся к инициации и управлению рисками в PR-проектах и программах?
8. Постановки целей проекта для создания нового бизнеса?
9. Разделы бизнес-плана проекта.
10. Структура проекта, назначение ключевых ролей, планирование взаимодействия и коммуникаций.
11. Декомпозиция целей, построение иерархической структуры работ.
12. Разработка расписания, построение сетевой диаграммы и диаграммы Гантта.
13. Планирование ресурсов, разработка бюджета проекта.
14. Управление рисками и создание планов реагирования проекта.
15. Как определяется последовательность шагов процедуры планирования проекта?
16. Какие аспекты организации коммуникации внутри проекта обеспечивают эффективное распределение информации?
17. Представьте системную модель управления проектами.
18. Критерии качества проекта.
19. Как определить удовлетворяет ли проект ожиданиям заказчика и как необходимо реагировать, если у заказчика изменились ожидания?
20. Как должно осуществляться планирование ресурсов по проекту?
21. Что включает в себя контроль стоимости?

Задания для текущего тестирования

1. Определите ситуации, которые являются преимуществами проектной организационной структуры:

А) Руководитель проекта имеет полное руководство над проектом.

Б) Оборудование и люди объединены через проекты.

В) Линии коммуникаций сокращены.

Г) Командная работа и чувство сопричастности.

Д) Члены команды подчинены одному руководителю.

2. Какие из следующих показателей представляют интерес в управлении проектом?

А) Время

Б) Стоимость

В) Доступность ресурсов

3. Для критического пути проектных работ, чтобы быть наиболее эффективным, работы или задачи проекта должны быть:

А) Отчетливо выраженными.

Б) Независимыми.

В) Упорядоченными.

Г) Все вышеуказанное.

4. Раннее время завершения работ равняется:

А) Самое раннее возможное время начала работ.

Б) Самое раннее стартовое время плюс время выполнения работ.

В) Самое последнее время выполнения работ без резервного времени.

Г) Самое раннее время деятельности минус время выполнения работы.

Д) Самое последнее стартовое время минус время выполнения работ.

5. Какой фактор из нижеперечисленных тезисов - основной недостаток матричного метода управления проектом?

А) Единственный руководитель проекта признан ответственным за успешное завершение проекта.

Б) Участники группы должны оставить их функциональные обязанности в фирме и заняться только карьерным ростом в системе управления проектом.

В) Связь между функциональными обязанностями строго определена.

Г) Участники проектной команды подчиняются одновременно двум руководителям, что создает возможности потенциального конфликта.

Д) Комбинация функциональных знаний многих подготовленных работников может дать синергические решения возникающих проблем.

6. Что такое жизненный цикл инвестиционного проекта?

А) Продолжительность выполнения мероприятий по проекту от момента зарождения идеи до ее полной реализации.

Б) Временной интервал, характеризующий продолжительность, выполнения работ по данному проекту.

В) Промежуток времени от момента обоснования проекта до момента получения инвестиций в проект.

7. Что включает в себя жизненный цикл проекта?

А) Стадии и этапы.

Б) Этапы.

В) Фазы, стадии и этапы.

8. Что такое коммерческая эффективность проекта?

А) Целесообразность реализации проекта с позиций его инициаторов.

Б) Выгодность осуществления данного проекта с точки зрения решения социально-экономических задач.

В) Эффективность внедрения проекта с позиций бюджетов различных уровнен.

9. Каковы методы количественной оценки коммерческой эффективности проектов?

А) Метод внутренней нормы возврата.

Б) Метод чистого дисконтированного дохода,

В) Метод срока возврата.

Г) Все перечисленные.

10. Бизнес-план является:

А) частью инвестиционного проекта;

Б) технико-экономическим обоснованием инвестиционного проекта;

В) документом, разрабатываемым независимо от разработки инвестиционного проекта.

11. Структура бизнес-плана обязательно должна включать:

А) финансовый план;

Б) организационный план:

В) производственный и финансовый план:

Г) производственный и организационный план;

Д) план маркетинга;

Е) все перечисленные разделы.

12. На какой фазе проектирования производится подготовка и обучение персонала?

а) предварительный анализ

б) инвестиционная фаза

в) внедрение проекта

13. На каком этапе реализации проекта определяется перечень целей, требований и задач проекта?

а) разработка концепции

б) анализ проблемы

в) разработка проекта

Задания и рекомендации по подготовке реферата / мультимедиа сообщений / материалов-презентаций и т.п.

Задания для выполнения контрольной работы для текущего контроля, рекомендации по ее выполнению.

Реферат должен соответствовать принятым в институте «Правилам выполнения письменных работ», в том числе требованиям к оригинальности таких работ.

Реферат – это вид учебно-исследовательской работы, выполненной на актуальную тему в рамках профильной проблематики, отражающей основные направления исследования по данной дисциплине. В процессе работы над содержанием реферата должно быть осуществлено следующее – выбраны и проанализированы основные методологические подходы, теории и концепции по теме.

Рекомендуется следующий алгоритм подготовки реферата:

1. Определить научные подходы, теории, концепции права, в рамках которых наиболее логично рассмотреть сущность темы и ее основных категорий;

2. Осуществить выбор литературы (зарубежной и отечественной), основываясь на которой можно раскрыть тему по заранее определенной логике ее представления;

3. Подготовить структуру (план реферата), разворачивание которой отражало бы как основные позиции в рамках различных дискурсов, так и анализ современных практик по выбранной теме реферата;

4. Разработать структуру реферата, которая включает основные составные части: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, ссылки при цитировании обязательны;

5. Подготовить введение, которое включает краткое обоснование актуальности темы реферата, которое отражает то или иное направление научных исследований в рамках права;

6. Подготовить основную часть, которая включает:

– описание значимых для темы научных теорий, взглядов, подходов, в рамках которых необходимо рассматривать тему; анализ базовых категорий;

– специфику становления, формирования, развития тех или иных управленческих процессов с точки зрения правового подхода;

– анализ современного состояния, включая проблемы функционирования тех или иных аспектов практик;

7. Подготовить заключение, которое включает резюмирование результатов работы в рамках темы реферата: краткое заключение об актуальности темы и изложение основных результатов, которые получены в процессе ее изучения;

8. Обучающийся может получить консультации у преподавателя в связи с согласованием структуры реферата или методологических аспектов раскрытия выбранной темы.

Критерии оценивания реферата

– Степень раскрытия сущности вопроса:

а) соответствие плана теме реферата;

б) соответствие содержания теме и плану реферата;

в) полнота и глубина знаний по теме;

г) обоснованность способов и методов работы с материалом;

е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

– Обоснованность выбора источников: оценка использованной литературы: привлечены ли известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние данные, сводки, справки и т.д.).

– Соблюдение требований к оформлению:

а) правильность оформления ссылок на используемую литературу,

б) правильность оформления списка литературы;

в) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;

г) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; иногда отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на вопросы даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на вопросы; отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Темы рефератов:

1. Основные методы реализации коммуникационного проекта. Критерии их выбора.

2. Тендеры. Особенности участия коммуникационных агентств в тендерах.

3. Блогосфера и ее роль в коммуникациях с потребителями: площадки, измерение эффективности, тренды.

4. Основные характеристики коммуникационного проекта.

5. Основные статьи бюджета коммуникационного проекта.

6. Форматы работы со СМИ для реализации коммуникационного проекта.

7. PR-кампания: определение и структура.

8. Формула PR-деятельности: RACE и ROSIE.

9. Шесть этапов планирования по Ф.Джефкинсу и Д.Ядину.

10. Исследование в PR-деятельности: определение и анализ проблемы. Виды проблемы.

11. Виды исследований, который используются в PR-деятельности.

12. PR-аудит и коммуникационный аудит.

13. Виды программ в связях с общественностью: основания классификации.

14. Характеристики и виды целей PR-деятельности.

15. Стратегия и тактика PR-деятельности.

16. Стратегия PR-деятельности: основные элементы.

17. Каналы коммуникации в PR.

18. СМИ как канал коммуникации.

4. Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

По компоненте компетенций «Знать»:

В форме устного опроса:

1. Понятие проекта.

2. Классификация проектов.

3. Цели и стратегия проекта.

4. Критерии успехов и неудач проекта.

5. Особенности организации и управления PR-проектами.

6. Окружение проекта.

7. Внешняя и внутренняя среда проекта.

8. Участники проекта.

9. Содержание проекта.

10. Требования к конечному результату проекта.

11. Фазы проекта.

12. Понятие жизненного цикла проекта.

13. Структурная модель проекта по фазам жизненного цикла.

14. Процессы управления проектом.

15. Основные критические факторы успеха проектов.

16. Состав участников проекта и лиц, заинтересованных в его результатах.

17. Система управления проектами.

18. Различие между проектом и программой.

19. Состав документов, разрабатываемых при управлении проектом.

20. Управление проектами со стороны заказчика и исполнителя.

21. Основные разделы проектного анализа.

22. Принципы сравнения проектов.

23. Показатели эффективности проектов.

24. Программные инструменты оценки эффективности проектов.

25. Взаимосвязь стратегических целей организации и целей проектов.

26. Управление портфелем проектов.

27. Структура и задачи устава проекта.

28. Принципы сетевого планирования проектов. Что такое критический путь проекта?

29. Что такое гистограмма ресурсов проекта?

30. Бюджет проекта.
31. План управления рисками проекта.
32. План реагирования на риски проекта: цели и структура.
33. Разработка структурной декомпозиции работ проекта.
34. Человеческий фактор в управлении проектами.
35. Теория ситуационного лидерства в управлении проектами.
36. Этапы развития проектной команды.
37. Типы контрактов и риски, связанные с ними.
38. Разрешение конфликтов при управлении проектом.
39. План управления коммуникациями проекта.

В форме тестирования:

1. Вставьте недостающее обязательное звено в структуре проекта: цель-задачи-…-результаты:

-методы
-KPI
- ценности

2. Любой коммуникационный проект предполагает (выбрать правильный ответ):

-сроки реализации
- офисное пространство
- валютный счет

3. Является ли обязательным условием любого коммуникационного проекта инфоспонсорство:

-да, является
-нет, не является

4. Расшифруйте аббревиатуру "ЛОМ":

- любой опиньен мэйкер
-лидер общественного мнения
-иное

5. Как корректно по-русски написать слово blogger?

-блоггер
-блогер

6. Результаты коммуникационного проекта бывают (выбрать правильный ответ):

-качественными
-количественными
-и качественными, и количественными

7. Тендер - это:

- конкурсная форма проведения подрядных торгов

-внеконкурсная форма проведения подрядных торгов

8. СМИ бывают (убрать неверный вариант ответа):
-региональные
-муниципальные
-федеральные
-опциональные

9. Какой канал коммуникации в данном перечне и контексте не уместен?
- Одноклассники
- Вконтакте
- Фэйсбук
- Телеграм

10. Нативная реклама - это (дайте свое определение)...

11. Формула RACE -
Это формула убеждения в коммуникации
Это формула PR-деятельности
Это формула оценки эффективности PR

12. Формула ROSIE -
Это формула убеждения в коммуникации
Это формула PR-деятельности
Это формула оценки эффективности PR

13. Формула PR-деятельности – это
ACCA
RACE
AIMDA
AIDA
ROSIE

14. PR-программы продолжительностью от 7 дней до 3 месяцев называются
краткосрочные
среднесрочные
долгосрочные

15. PR-программы продолжительностью от 3 до 6 месяцев называются
краткосрочные
среднесрочные
долгосрочные

По компоненте компетенций «Уметь»:

1. Как отличить проект от регулярной деятельности на практическом примере?

2. Как выбрать подходящую методологию управления проектом в зависимости от его специфики?

3. Как адаптировать этапы классического проектного управления под задачи креативной индустрии?

4. Как разработать концепцию медиапроекта, учитывая специфику выбранного сегмента СМИ?

5. Как структурировать коммуникационный проект, чтобы учесть интересы всех стейкхолдеров?

6. Как оценить роль рекламного или PR-проекта в развитии общества на этапе его планирования?

7. Как составить иерархическую структуру работ для сложного коммуникационного проекта?

8. Как распределить ограниченные ресурсы между конкурирующими задачами в рамках проекта?

9. Как контролировать исполнение бюджета проекта при возникновении непредвиденных обстоятельств?

10. Как разработать матрицу коммуникаций для управления ожиданиями стейкхолдеров?

11. Как проводить идентификацию и оценку проектных рисков на разных этапах жизненного цикла?

12. Какие методы управления рисками наиболее эффективны для коммуникационных проектов?

13. Как разработать систему показателей (KPI) для оценки успешности реализации проекта?

14. Как проводить аудит проекта и на основе каких параметров?

15. Как рассчитать экономическую эффективность проекта, учитывая нематериальные результаты?

По компоненте компетенций «Владеть навыками»:

Задание. Проанализируйте предложенный кейс проекта и определите, к какому стандарту управления проектами (например, PMI, Agile, PRINCE2) он ближе всего. Обоснуйте свой ответ.

Задание. Разработайте схему жизненного цикла для типичного PR-проекта (например, запуск нового продукта), основываясь на этапах классического проектного управления.

Задание. Сравните особенности управления коммерческим рекламным проектом и социальным PR-проектом. Составьте таблицу с ключевыми различиями в целях, стейкхолдерах и критериях успеха.

Задание. Спроектируйте концепцию медиапроекта для конкретного бренда в выбранном сегменте СМИ (например, сетевом). Опишите специфику медиапродукта и его ключевые характеристики.

Задание. На основе описания проекта (например, "Проведение корпоративного благотворительного мероприятия") составьте карту стейкхолдеров, классифицируя их по степени влияния и заинтересованности.

Задание. Разработайте иерархическую структуру работ (ИСР) для коммуникационного проекта по вашему выбору, выделив основные фазы и пакеты работ.

Задание. Используя ИСР из предыдущего задания, составьте календарный план-график (например, в форме диаграммы Ганта), определив последовательность, длительность и зависимости задач.

Задание. Спланируйте распределение ресурсов (человеческих, материальных) для ключевой фазы вашего проекта. Определите потенциальные "узкие места".

Задание. На основе плана проекта сформируйте примерную смету затрат, разделив их на прямые и косвенные, постоянные и переменные.

Задание. Предложите механизм контроля исполнения бюджета для вашего проекта. Какие корректирующие действия можно предпринять в случае превышения бюджета на одной из стадий?

Задание. Разработайте план управления коммуникациями для проекта. Включите в него матрицу коммуникаций, определяющую, какая информация, кому, когда и каким каналом передается.

Задание. Смоделируйте ситуацию конфликта ожиданий между двумя ключевыми стейкхолдерами. Предложите стратегию управления их ожиданиями для разрешения ситуации.

Задание. Разработайте чек-лист для проведения аудита хода реализации коммуникационного проекта на midway-стадии. Какие ключевые параметры вы будете проверять?

Задание. Проанализируйте кейс провалившегося проекта. Определите основные причины неудач и сформулируйте рекомендации, какие контрольные функции могли бы их предотвратить.

Задание. Проведите идентификацию и качественную оценку рисков для предложенного сценария проекта. Заполните реестр рисков, указав вероятность, impact и категорию каждого риска.

Задание. Для трех наиболее значимых рисков из реестра предложите конкретные планы мероприятий по их минимизации (стратегии реагирования).

Задание. Разработайте систему индикаторов (KPI) для оценки эффективности рекламной кампании, разделив их на количественные и качественные, финансовые и коммуникационные.

Задание. Рассчитайте простые показатели экономической эффективности (например, ROI, ROMI) для проекта на основе предоставленных исходных данных о затратах и доходах.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств представлены в трех взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Третий блок – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее, как правило, из описания реальной практической ситуации или ситуации, приближенной к практике. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека. Решение студентами подобного рода нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о степени влияния процесса изучения

дисциплины на формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблица 4).

Таблица 4 – Модель оценки выполнения заданий ФОС

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетвори тельно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетво рительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Данная модель, являясь студентоцентрированной, позволяет сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки

результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в обучении.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов направления подготовки.