Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Юров Сергей Серафимович
Должность: ректор
Дата подписания: 30.04.2025 12:35:18
Уникальный программный ключ:
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования
“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

УТВЕРЖДАЮ
Ректор _____ С.С. Юров
«04» февраля 2025 г.

ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.01 БИЗНЕС-ПРАКТИКА

Для направления подготовки:
42.03.05. Медиакоммуникации

Тип задач профессиональной деятельности:
организационный

Направленность (профиль):
Продюсирование мультимедиа проектов

Формы обучения:
очная

Москва – 2025

Разработчик (и): Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» января 2025 г. _____ /В.С. Матюшкин /
(подпись)

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.05 Медиакоммуникации (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 527 от 08.06.2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ _____ /Н.Е. Козырева /
(подпись)

Заведующий кафедрой
разработчика РПД _____ / Е.С. Мальцева /
(подпись)

Протокол заседания кафедры №6 от «22» января 2025 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у будущих специалистов системы практических навыков в организации и реализации проектной деятельности.

Задачи:

- получение системного представления об управлении проектами и проектной деятельности;
- выработка умения поиска новых рыночных возможностей для бизнеса, продукта или услуги;
- выработка умения формулировать и обосновывать идеи для продвижения бизнеса, продукта или услуги;
- овладение навыками разработки и защиты бизнес-плана и маркетинговой стратегии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Факультативные дисциплины.

Осваивается: 1 - 6 семестры.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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;

УК-3 - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ПК-3 - способен организовать продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,	**УК-2.1.** Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение	**Знает:** основы целеполагания и принципы достижения целей **Умеет:** формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели **Владеет:** способами целеполагания и методами постановки цели проекта и определения соответствующих задач

имеющихся ресурсов и ограничений		
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	**УК-3.2.** Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи	**Знает:** способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Умеет:** взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Владеет:** навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи
ПК-3 Способен организовать продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания	**ПК-3.2.** Организация и проведение рекламных кампаний	**Знает:** методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента **Умеет:** определять цель рекламной компании, этапы, каналы продвижения, подготавливать рекламные и презентационные материалы **Владеет:** навыком организации и проведения рекламных компаний

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Бизнес-практика» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.05. Медиакоммуникации, составляет: 5 зачетных единиц (180 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
Аудиторные занятия	54
в том числе:	
Лекции	-
Практические занятия	54
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	162
в том числе:	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Зачет – 1, 3, 5 семестры Зачет с оценкой – 2, 4, 6 семестры
Трудоемкость (час.)	-
Общая трудоемкость з.е. / часов	6 з.е. / 216 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа *(в т.ч. КР / КП)*
		1 семестр			
1	Методики и правила проведения кабинетных и полевых рыночных исследований	-	5	-	13
2	Деловое общение и работа в рамках проектных команд	-	4	-	14
	Итого за 1 семестр	-	9	-	27
	Форма контроля	*зачёт*			
	Всего часов за семестр	36 / 1 з.е.			
		2 семестр			
3	Организация исследовательского процесса и обработка данных	-	5	-	13
4	Командообразование и мотивация участников проектной работы	-	4	-	14
	Итого за 2 семестр	-	9	-	27
	Форма контроля	*зачёт с оценкой*			
	Всего часов за семестр	36 / 1 з.е.			
		3 семестр			
5	Разработка концепции нового бизнеса, товара или услуги	-	4	-	14
6	Подбор персонала в проектную команду, управление проектом и продюсирование	-	5	-	13
	Итого за 3 семестр	-	9	-	27
	Форма контроля	*зачёт*			
	Всего часов за семестр	36 / 1 з.е.			
		4 семестр			
7	Разработка стратегии продвижения на рынок инновационного продукта или услуги	-	4	-	14
8	Презентация проекта перед заказчиком или инвестором	-	5	-	13
	Итого за 4 семестр	-	9	-	27
	Форма контроля	*зачёт с оценкой*			
	Всего часов за семестр	36 / 1 з.е.			
		5 семестр			
9	Лидерство и стили управления	-	5	-	13
10	Наставничество и формирование коллектива последователей	-	4	-	14
	Итого за 5 семестр	-	9	-	27
	Форма контроля	*зачёт*			
	Всего часов за семестр	36 / 1 з.е.			
		6 семестр			
11	Оценка эффективности инвестиционного проекта	-	5	-	13
12	Контроллинг бизнес-процессов	-	4	-	14
	Итого за 6 семестр	-	9	-	27

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа *(в т.ч. КР / КП)*
	Форма контроля	*зачёт с оценкой*			
	Всего часов за семестр	36 / 1 з.е.			
	Итого по дисциплине (часов)	-	54	-	162
	Итого часов по формам контроля	-			
	Всего по дисциплине	216 / 6 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Методики и правила проведения кабинетных и полевых рыночных исследований

Методы и правила проведения кабинетного исследования. Правила использования информации из открытых источников в том числе в интернете. Методы проведения интервью и анкетирования. Ресурсы в интернете, позволяющие проводить количественные соц опросы.

Тема 2. Деловое общение и работа в рамках проектных команд

Проектная деятельность в организации. Проекты и программы как инструмент реализации стратегии компании. Классификация проектов. Жизненный цикл проекта. Принципы формирования организационной структуры проекта. Типы организационных структур проекта. Функциональная, проектная и матричная структуры. Достоинства и недостатки. Конфликт интересов в матричной структуре и пути его минимизации.

Тема 3. Организация исследовательского процесса и обработка данных

Методы количественных и качественных исследований. Эксперимент в маркетинге как способ установления причинно-следственных связей. Методики сбора и обработки данных в исследованиях. Арифметическое среднее и медиана. Корреляционные исследования и выводы на их основе.

Тема 4. Командообразование и мотивация участников проектной работы

Стадии образования команды: формирование, шторм, нормирование, деятельность. Особенности протекания каждой стадии, возможные конфликты и способы их урегулирования. Активисты, мыслители и заботливые. Тест Белбина и его концепция ролей в команде. Характеристики эффективных команд.

Тема 5. Разработка концепции нового бизнеса, товара или услуги

Как найти свободную нишу и уйти от конкуренции. Как снизить издержки и избавиться от «ненужных» затрат. Как повысить спрос и создать новую «кривую ценности» клиента. Ассортиментная политика организации. Разработка и внедрение новой продукции. Рыночная атрибутика товара. Ценовая политика организации. Ценовая стратегия организации. Выбор метода ценообразования. Ценовая тактика организации.

Тема 6. Подбор персонала в проектную команду, управление проектом и продюсирование

Технология подбора и отбора персонала. Сервисы удаленного подбора кадров и удаленного управления проектной деятельностью. Диаграмма Ганта и планирование рабочего времени участников команд.

Тема 7. Разработка стратегии продвижения на рынок инновационного продукта или услуги

Разработка стратегии в отношении нового продукта; генерация идеи нового продукта; первичный отбор идей; бизнес-анализ; разработка непосредственно продукта; тестирование продукта на рынке; коммерциализация. Сущность процесса позиционирования бренда. Стратегические подходы к позиционированию. Виды позиционирования. Регламентация

Тема 8. Презентация проекта перед заказчиком или инвестором

Определение потребности в инвестициях и источников их финансирования. Содержание инвестиционного проекта. Технико-экономическое обоснование. Экспертиза. Планирование осуществления проекта. Определение долговечности проекта. Техники оформления презентаций.

Тема 9. Лидерство и стили управления.

Основные теории лидерства. Стили лидерства и управления: авторитарное, демократическое и либеральное. Психология харизмы и влияния на людей. Групповой конформизм и причины неподчинения.

Тема 10. Наставничество и формирование коллектива последователей

Основы коучинга и наставничества. Диагностика потребности в обучении. Формирование потребности в обучении. Технологии проведения тренингов. Технологии передачи ценностей последователям.

Тема 11. Оценка эффективности инвестиционного проекта

Информационные источники оценки эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки коммерческой эффективности проекта. Бухгалтерский и экономический подходы к финансовой оценке проекта. Оценка социально-экономической эффективности проекта. Оценка бюджетной эффективности проекта.

Тема 12. Контроллинг бизнес-процессов

Мониторинг и корректировка действий, связанных с планированием и реализацией инвестиционного проекта. Контроль стратегических решений, тактических мероприятий и оперативной деятельности. Контроль восприятия покупателями имиджа нового продукта, эффективности системы маркетинговых коммуникаций и общих затрат на проект.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Бизнес-планирование на предприятии : учебное пособие / А.В. Башкирцев, Л.Ш. Салихова, В.В. Авилова, Е.Н. Парфирьева ; Министерство образования и науки РФ, Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2017. – 160 с.
   Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500494
2. Калмыков А.А. Презентация знания (вопросы визуализации): учебное пособие / А.А. Калмыков. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 160с.
   Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=480140
3. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов вузов. / [В.З. Черняк и др.]; под.ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.- 591с.
   Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114751
4. Вылегжанина А.О. Деловые и научные презентации: Учебное пособие / А.О. Вылегжанина. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 115с.
   Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=446660
5. Комаров А.Е. Совершенствование разработки бизнес-плана.-М: Лаборатория Книги, 2012.-116с.
   Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=142393
6. Лементуева Л.В. Публичное выступление. – М.: Инфра-Инженерия, 2016. – 128с.
   Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=444439
7. Лазарев Д. Корпоративная презентация: как продать идею за 10 слайдов / Д. Лазарев. М.: Альпина Паблишер, 2016. – 297с.
   Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=279475
8. Тренинг публичных выступлений : учебник / Е.В. Камнева, Ж.В. Коробанова, М.В. Полевая и др. ; под ред. Е.В. Камневой, М.В. Полевой, Ж.В. Коробановой ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Прометей, 2017. – 205 с. : табл.
   Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494878
9. Учитель Ю.Г. Разработка управленческий решений: учебник для студентов вузов /Ю.Г. Учитель, А.И. Терновой, К.И. Терновой. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.- 383с.
   Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117136

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);

2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);

3. Браузер Google Chrome;

4. Браузер Yandex;

5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. https://biblioclub.ru/- университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. http://window.edu.ru/ - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. https://uisrussia.msu.ru/ - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. https://www.elibrary.ru/ - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. http://www.consultant.ru/ - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. https://gufo.me/ - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. https://slovaronline.com - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. https://www.tandfonline.com/ - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. http://www.hr-life.ru - HR-Life.ru - специализированный ресурс для менеджеров по персоналу и руководителей
10. www.aup.ru - административно-управленческий портал. Бизнес-портал предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий.
11. https://hbr-russia.ru/karera/kommunikatsii - информационно-аналитические статьи, посвященные коммуникациям в организации журнала «Harvard Business Review» (издаётся с 1922 года Гарвардской школой бизнеса) - ежемесячного научно-популярного журнала, посвящённому различным вопросам управления бизнесом
12. www.market-agency.ru - база данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет"
13. http://www.popairussia.com/analytics/research - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж
14. http://www.marketing.spb.ru/ - Энциклопедия маркетинга
15. https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications - база данных European Society of Marketing Research Professionals одной из самых крупных исследовательской ассоциации в области маркетинга
16. http://www.akarussia.ru/ - Ассоциация коммуникационных агентств России- ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России. Члены АКАР предоставляют услуги в сфере: паблик рилейшнз; стимулирования сбыта и формирования спроса, продвижения товаров и услуг; брендинга; прямого маркетинга; маркетинговых, рекламных и социологических исследований
17. https://www.minfin.ru/ru/statistics/ - база данных о финансово-экономических показателях Российской Федерации сформированная на основе данных Минфина России, Федерального казначейства, Федеральной таможенной службы,

Федеральной службы государственной статистики, Федеральной налоговой службы и Центрального Банка Российской Федерации Информация официального сайта Министерства финансов Российской Федерации

18. https://www.gd.ru/subscribe/doc/?from_mainmenu – образцы документов для разработки бизнес-плана. Сайт журнала «Генеральный директор»

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 423

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 22 компьютера, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит

к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В

процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

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.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

ФТД.01 БИЗНЕС-ПРАКТИКА
(факультативная дисциплина)

Для направления подготовки:
42.03.05. Медиакоммуникации

Тип задач профессиональной деятельности:
Организационный

Направленность (профиль):
Продюсирование мультимедиа проектов

Форма обучения:
очная

Москва – 2025

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
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	**УК-2.1.** Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение	**Знает:** основы целеполагания и принципы достижения целей **Умеет:** формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели **Владеет:** способами целеполагания и методами постановки цели проекта и определения соответствующих задач
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	**УК-3.2.** Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи	**Знает:** способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Умеет:** взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Владеет:** навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи
ПК-3 Способен организовать продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания	**ПК-3.2.** Организация и проведение рекламных кампаний	**Знает:** методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента **Умеет:** определять цель рекламной компании, этапы, каналы продвижения, подготавливать рекламные и презентационные материалы **Владеет:** навыком организации и проведения рекламных компаний

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Не знает: основы целеполагания и принципы достижения целей **Не умеет**: формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели **Не владеет:** способами целеполагания и методами постановки цели проекта и определения соответствующих задач	**В целом знает:** основы целеполагания и принципы достижения целей, но допускает грубые ошибки **В целом умеет:** формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели, но часто испытывает затруднения **В целом владеет:** способами целеполагания и методами постановки цели проекта и определения соответствующих задач, но часто испытывает затруднения	**Знает:** основы целеполагания и принципы достижения целей, но иногда допускает ошибки **Умеет:** формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели, но иногда испытывает затруднения **Владеет:** способами целеполагания и методами постановки цели проекта и определения соответствующих задач, но иногда испытывает затруднения	**Знает:** основы целеполагания и принципы достижения целей **Умеет:** формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели **Владеет:** способами целеполагания и методами постановки цели проекта и определения соответствующих задач

Не знает: способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Не умеет:** взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Не владеет:** навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи	**В целом знает:** способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи, но допускает грубые ошибки **В целом умеет:** взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи, но часто испытывает затруднения **В целом владеет:** навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи, но часто испытывает затруднения	**Знает:** способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи, но иногда допускает ошибки **Умеет:** взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи, но иногда испытывает затруднения **Владеет:** навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи, но иногда испытывает затруднения	**Знает:** способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Умеет:** взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи **Владеет:** навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи
Не знает: методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента **Не умеет:** определять цель рекламной компании, этапы, каналы продвижения, подготавливать рекламные и презентационные материалы **Не владеет:** навыком организации и проведения рекламных компаний	**В целом знает:** методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, но допускает грубые ошибки **В целом умеет:** определять цель рекламной компании, этапы, каналы продвижения, подготавливать рекламные и презентационные материалы, но часто испытывает затруднения **В целом владеет:** навыком организации и проведения рекламных компаний, но часто испытывает затруднения	**Знает:** методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, но иногда допускает ошибки **Умеет:** определять цель рекламной компании, этапы, каналы продвижения, подготавливать рекламные и презентационные материалы, но иногда испытывает затруднения **Владеет:** навыком организации и проведения рекламных компаний, но иногда испытывает затруднения	**Знает:** методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента **Умеет:** определять цель рекламной компании, этапы, каналы продвижения, подготавливать рекламные и презентационные материалы **Владеет:** навыком организации и проведения рекламных компаний

Оценочные средства

<u>Промежуточная аттестация</u>

Примерные задания к зачёту:

Вариант 1.

1. Маркетинговые исследования на рынке fmcg – продуктов

2. Участие в работе проектной исследовательской команды

Поставленные задачи:

1. Получив проектное задание, в первую очередь проведите всестороннее исследование объекта и предмета задания. Исследования бывают следующих видов:
    a. Кабинетные (работа с источниками информации, либо полученными от заказчика проекта, либо размещенными в свободном доступе с Интернете)
    b. Полевые (опросные исследования, в том числе потребителей, а также наблюдения, в том числе за полкой в магазине либо за работой сотрудников заказчика)
2. Проанализируйте свои контакты с партнерами по команде, оцените их эффективность. Подготовьте запрос на прохождение тренингов по деловым коммуникациям, если обнаружили в своих коммуникациях неразрешимые проблемы

Вариант 2.

1. Маркетинговые исследования на рынке недвижимости
2. Руководство проектной исследовательской командой

Поставленные задачи:

1. Организуйте исследование объекта и предмета задания. После сбора данных в ходе исследования, проведите их анализ методами статистической обработки, а также с помощью экспертной оценки. Важно расставить приоритеты, отделить важную информацию от второстепенной. В итоге составить краткие выводы по исследовательскому этапу с рекомендациями на дальнейшее их использование.
2. На всех этапах решайте проблемы мотивации персонала проекта - мониторьте уровень мотивации персонала и планируйте проведение мотивирующих мероприятий (тренингов) с учетом индивидуальных особенностей каждого.
3. Занимайтесь командообразованием – оценивайте уровень сплоченности коллектива и подбирайте мероприятия по повышению сплоченности и сыгранности.

Вариант 3.

1. Разработка новых SKU на рынке fmcg – продуктов
2. Подбор в проектную команду по разработке новых SKU

Поставленные задачи:

1. В соответствии с проектным заданием спланируйте и реализуйте этап разработки нового продукта (услуги и т.п.). Используйте различные методики стимулирования креативного мышления, такие как мозговой штурм.
2. Получив задание по проектной работе подберите команду из числа студентов разных профилей, заранее учитывая необходимые для выполнения проекта компетенции

3. Рассчитайте экономическую составляющую вашего проекта, оцените все идеи с точки зрения их реализуемости и потенциальной выгоды для заказчика
4. Разработайте систему оценки эффективности распределения членов команды по ролям, применяйте эту систему на протяжении всей работы и корректируйте по мере необходимости
5. Спланируйте работу проектной группы над проектом. Длинное планирование на протяжение всего семестра. А также короткое планирование по каждому этапу. Используйте диаграмму Ганта

Примерные задания к зачёту с оценкой:

Вариант 1.

1. Разработка стратегии продвижения нового SKU на рынке fmcg – продуктов
2. Подготовка презентации разработанного SKU и защита перед заказчиком

Поставленные задачи:

1. Разработайте план работы над проектом. Оцените исполнение плана и его корректировки в процессе работы
2. При подготовке к защите выполненных работ по каждому этапу составьте и оформите презентацию, раздаточные материалы. Отрепетируйте выступление и ответы на возможные возражения, замечания, вопросы.
3. Разработайте стратегию маркетинга для нового продукта (услуги и т.п.). В стратегию продвижения входит:
    a. Цена и система скидок
    b. Каналы сбыта и цепочки поставок
    c. Коммуникационная поддержка выхода на рынок

Вариант 2.

1. Формирование команды единомышленников для разработки проекта нового бизнеса
2. Диагностика потребности в обучении и развитии команды

Поставленные задачи:

1. В процессе над проектом вам нужно освоить тайм-менеджмент – научиться управлять временем работы каждого члена команды и контролировать соблюдение сроков сдачи работ каждого этапа. Освойте бесплатную версию программы Мегаплан (на 10 человек) и используйте ее для решения данной задачи.
2. По итогам проекта вам предстоит написать отчета по эффективному использованию рабочего времени – проанализируйте потраченное временя каждым членом команды и оцените эффективность его загруженности.
3. В процессе работы над проектом освойте навык продюсирования проекта – решайте текущие проблем с кадровым составом проекта: проблемы цейтнотов, форс-мажоров, замены из-за болезни и привлечение аутсорса
4. Управляйте качеством работы команды – оценивайте качество исполнения ролей каждым членом команд и подбирайте обучающие мероприятия: консультации и тренинги

Вариант 3.

1. Оценка социально-экономической эффективности инновационного проекта.
2. Контроль восприятия покупателями имиджа нового продукта, эффективности системы маркетинговых коммуникаций и общих затрат на проект.

Поставленные задачи:

1. Методические схемы расчетов экономического эффекта позволяют определить принципиальные положения выбора наилучшего варианта реализации инновационного проекта. На этапе технико-экономического обоснования они сводятся к следующему:
   a. Из всех потенциально возможных отберите варианты, каждый из которых удовлетворял бы всем заранее заданным ограничениям: социальным нормативам и стандартам, экологическим требованиям, срокам реализации.
   b. По каждому из выбранных вариантов определите затраты, результаты и экономический эффект.
2. Для исследования потребительского восприятия применяются два вида тестов фокус-групп: pre-test и post-test:
   a. Продемонстрируйте различные инструменты в рамках продвижения какого-либо продукта.
   b. После демонстрации обсудите плюсы или минусы каждого из инструментов.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

Оценка за выполненный проект проводится матричным методом:

Критерии оценки защиты проекта	**БАЛЛЫ**
Значимость и актуальность выдвинутых проблем	0-5 баллов
Корректность используемых методов исследования и методов обработки получаемых результатов	0-5 баллов
Активность студента как участника проекта в соответствии с его индивидуальными возможностями	0-5 баллов
Коллективный характер принимаемых решений	0-5 баллов
Характер общения, взаимопомощи и взаимодополняемости студента в команде проекта	0-5 баллов
Необходимая и достаточная глубина проникновения в проблему, привлечение знаний из других областей	0-5 баллов
Доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы	0-5 баллов
Эстетика оформления результатов выполненного проекта: использование обоснованно необходимого иллюстративного материала; аккуратность выполненных работ (текстового и иллюстративного материала); оригинальность	0-5 баллов
Умение отвечать на вопросы оппонентов: студент приводит доказательства (факты, данные), не прозвучавшие во время защиты проекта, использует материал группы для подкрепления аргументов, приводит анализ альтернативных точек зрения; кратко, но доказательно отвечает на вопросы; задает встречные вопросы для уточнения	0-5 баллов

Доказательность принимаемых решений: объяснение прогнозируемой эффективности предлагаемых способов, умение выстроить доказательства в логической последовательности, умение аргументировать свои заключения, выводы	0-5 баллов
Итоговая оценка	0-50 баллов

Оценка за выполненный проект формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 38 - 50 баллов;
- оценка «хорошо» - 25 - 37 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 12 - 24 баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - 0 - 11 баллов.

Оценка за выполненный проект по шкале «зачтено» / «не зачтено» формируется следующим образом:

- «зачтено» - 12 - 50 баллов;
- «не зачтено» - 0 – 11 баллов.