

Приложение 7 ОП ВО

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры политических и
общественных коммуникаций

Протокол от «29» августа 2016 г.

№12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.5 Медиапродюсирование

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Медиаменеджмент"

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

Магистр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма(ы) обучения)

Год набора - 2017

Москва, 2016 г.

Автор составитель:

Канд.культурологии, преподаватель факультета
управления социокультурными проектами

(ученая степень и (или) ученое звание, должность)

Ренира Рампаццо Гамбарато

(наименование кафедры)

(подпись)

(Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой
политических и общественных
наук, профессор, PhD

(наименование кафедры)

(ученая степень и (или) ученое звание)

С. Потолликио

(подпись)

(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины (модуля)
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.5 «Медиапродюсирование» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-9	способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	ОПК – 9.2	Способность идентифицировать и анализировать различные аспекты поведения индивидов и групп индивидов, влияющие на эффективность коммуникаций и достижение организацией своих целей
ПК-1	способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК – 1.2	способность управлять проектами, сетями, подразделениями, организациями в профессиональной деятельности
ПК-4	способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность	ПК – 4.2	способность использовать современные методы управления в профессиональной деятельности

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ <i>(при наличии профстандарта)/</i> профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины
	ОПК – 9.2	на уровне знаний: ценностные основы профессиональной деятельности; правовые нормы реализации

ОТФ/ТФ <i>(при наличии профстандарта)/</i> профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины
		<p>профессиональной деятельности; сущности и структуры профессиональной сферы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы профессиональной этики и общественной морали. <p>основные теоретические и методологические положения процесса управления человеческими ресурсами организации</p> <p>на уровне умений:</p> <p>оценивать принимаемые управленческие решения с правовых и нравственных позиций;</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять самоанализ своей профессиональной деятельности, добиваться поставленных целей; - определять и развивать мотивацию и самомотивацию к профессиональному росту. <p>использовать новые методы исследований</p> <p>на уровне навыков:</p> <p>навыками профессиональной рефлексии, профессионального самосовершенствования;</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками оценки собственных решений с морально-этической и правовой точки зрения. <p>системой научных исследований</p>
	ПК – 1.2	<p>на уровне знаний:</p> <p>роль и возможности практического использования PR в различных сферах человеческой деятельности: в экономике, политике, культуре и спорте и др.;</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы, технологии и правила, проектирования и создания рекламы и работы в сфере связей с общественностью (в том числе композицию рекламного или PR-продукта, выразительные и художественные средства рекламы, приемы и принципы составления рекламного текста; технические и программные средства для компьютерной обработки рекламы);

<p>ОТФ/ТФ</p> <p><i>(при наличии профстандарта)/</i></p> <p>профессиональные действия</p>	<p>Код этапа освоения компетенции</p>	<p>Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины</p>
		<ul style="list-style-type: none"> - основы формирования имиджа организации, персоны, сферы; основные технологии продвижения товаров и услуг на рынок; - основы, принципы и формы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основы медиапланирования, а также стратегического и оперативного планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; - психологический механизм воздействия рекламы и экономические показатели рекламной кампании; методики оценки эффективности рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью. <p>Методы и процедуры контроля деятельности работников и подразделения</p> <p>Методы, технологии, инструменты совершенствования контроля деятельности работников и подразделения</p> <p>Должностные инструкции работников подразделения</p> <p>План работ подразделения и план работ работников подразделения</p> <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований; - осуществлять поиск различных решений при создании и продвижении рекламного продукта/бренда/имиджа организации или персоны; - анализировать возможные PR-ситуации, моделируя ту или иную PR-кампанию с ее эффективными средствами и методами; - составлять планы и графики рекламных, информационных, пропагандистских кампаний и мероприятий, разрабатывать техническое исполнение; - работать в кризисных ситуациях, адаптироваться в условиях стресса, обладая для этого определенными профессиональными PR-навыками (изучив возможные модели кризисных PR);

<p>ОТФ/ТФ</p> <p><i>(при наличии профстандарта)/</i></p> <p>профессиональные действия</p>	<p>Код этапа</p> <p>освоения</p> <p>компетенции</p>	<p>Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины</p>
		<p>- оценивать результаты и эффективность PR-деятельности.</p> <p>Формулировать требования к специалистам по управлению рисками</p> <p>Владеть методами аудита, оценки и аттестации работников</p> <p>Формулировать цели и задачи работы подразделения и работников</p> <p>на уровне навыков:</p> <p>творческими технологиями для поиска идей и планирования эффективной PR-кампании;</p> <p>- навыками сбора, анализа и интерпретации информации для принятия стратегических решений, работы в кризисных PR, а также планирования и проведения PR-кампании;</p> <p>- навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;</p> <p>- навыком разработки средств продвижения рекламного продукта или организации; навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью;</p> <p>- навыком разработки маркетинговой части бизнес-плана;</p> <p>- навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.</p> <p>Определение процедуры контроля деятельности работников и подразделения</p> <p>Организация процесса предоставления периодических отчетов о выполненных работах от работников подразделения</p> <p>Контроль выполнения работ и функций работниками подразделения</p> <p>Контроль выполнения оперативного и тактического плана работ подразделения</p> <p>Контроль соблюдения работниками корпоративных правил и норм работы в организации</p> <p>Подготовка предложений по существенным изменениям деятельности подразделения</p> <p>Разработка и реализация мер по изменению процедур контроля деятельности</p>

ОТФ/ТФ <i>(при наличии профстандарта)/</i> профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины
		<p>работников и подразделения для повышения эффективности работы работников и подразделения</p> <p>Внесение предложений о поощрении либо о наложении дисциплинарного взыскания на работников подразделения по результатам контроля эффективности их деятельности</p> <p>Поддержание и совершенствование системы контроля деятельности работников и подразделения</p>
	ПК – 3.2	<p>на уровне знаний:</p> <p>теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов социальной среды;</p> <ul style="list-style-type: none"> - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; назначение, характер, содержание, технологические приемы и особенности отечественного бизнес-планирования; - алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования и реализации кампаний по рекламе и СО; - специфику и проблематику креатива в рекламе и СО; основы организации и управления процессом коллективного и индивидуального поиска идеи; современные методы генерирования идеи рекламы и СО и средства креативного поиска идеи; - типы проектной документации, их жанровые, композиционные и стилистические особенности; основные требования составления проектной документации; - методы оценки эффективности кампаний по рекламе и СО; специфику проведения коммуникационных кампаний <p>на уровне умений:</p> <p>вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами;</p>

ОТФ/ТФ <i>(при наличии профстандарта)/</i> профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины
		<ul style="list-style-type: none"> - анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы; прогнозировать бизнес-процессы в сфере профессиональной деятельности; - выбирать и применять методы генерирования идеи и средства креативного поиска для управления коллективным и личностным творческим процессом; - самостоятельно ставить задачи поиска идеи и разработки концепции коммуникационной кампании; - ориентироваться в современной документации и выстраивать план проектной документации. - оценивать эффективность коммуникационных кампаний и мероприятий и вносить корректировки в процессе их реализации <p>на уровне навыков:</p> <p>навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личностной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных решений;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования методов генерации идеи и средств креативного поиска в процессе коллективного и личностного творческого процесса; опытом формирования стратегий и творческой проработки коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами; - правовыми и этическими нормами при составлении проектной документации; - навыками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий

ОТФ/ТФ <i>(при наличии профстандарта)/</i> профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины
	ПК – 4.2	<p>на уровне знаний:</p> <p>принципы создания эффективной команды и подбора специалистов; средства активизации и оптимизации деятельности персонала рекламной и PR-службы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы репутационного менеджмента; стили руководства коллективной деятельностью; принципы, специфику и проблематику управления творческим процессом; - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; принципы стратегического и тактического планирования деятельности рекламной и PR-службы организации; - средства контроля, обеспечения качества и повышения эффективности коллективной деятельности в рамках проекта; принципы и критерии оценки эффективности работы рекламной и PR-службы организации. <p>на уровне умений:</p> <p>идентифицировать и формулировать проблемы функционирования организации; синтезировать и критически резюмировать информацию для принятия управленческих решений, в том числе в оперативном режиме в ситуациях риска;</p> <ul style="list-style-type: none"> - организационно и информационно поддерживать функционирование систем управления; управлять творческим коллективом; планировать и активизировать деятельность персонала рекламной и PR-службы; - выбирать оптимальные формы организации бизнеса, находить источники повышения конкурентоспособности; осуществлять руководство коммуникационными кампания различного направления; - оценивать результаты и эффективность работы персонала рекламной и PR-службы <p>на уровне навыков:</p>

ОТФ/ТФ <i>(при наличии профстандарта)/</i> профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины
		<p>умением осуществлять функции руководителя, организатора, инициатора новых идей; навыками ведения проектов, управления действиями членов проекта</p> <p>- методиками анализа информации в целях экономического обоснования управленческих решений; навыками экспертной оценки и стратегического планирования; аналитическими методиками в целях оптимизации работы персонала;</p> <p>- навыками активизировать, оптимизировать и катализировать деятельность коллектива в рамках проекта с целью повышения эффективности его работы</p>

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина «Медиапродюсирование» относится к Б1.В «Вариативная часть» обязательных дисциплин учебного плана. Код дисциплины Б1.В.ОД.5. Дисциплина изучается на 2 курсе, в 4 семестре. Общая трудоемкость дисциплины 72/54 (2 ЗЕТ).

Данная дисциплина служит основой для написания выпускной квалификационной работы.

Количество академических часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем составляет 28/21 часов, из них 28/21 – на практические занятия, на самостоятельную работу обучающихся отводится 44/33 часа.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является зачет, курсовой проект.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуто чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Что такое трансмедийный нарратив?	10			2		8	Э, О

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 2	Основные принципы трансмедийного нарратива	14			4		10	КР
Тема 3	Трансмедиа и адаптация	12			4		8	Т
Тема 4	Аналитическая модель дизайна трансмедийных проектов	14			4		10	Т
Тема 5	Практическая работа	22			14		8	КП
Промежуточная аттестация		0			0		0	Зачет
Всего:		72			28		44	

Примечание:

– формы текущего контроля успеваемости: опрос(О), тестирование(Т), эссе(Э), контрольная работа (КР), курсовой проект (КП).

форма промежуточной аттестации: зачет (За).

Содержание дисциплины

Тема 1-Что такое трансмедийный нарратив?-Что может быть понято как трансмедийный нарратив? Не смотря на то, что до сих пор нет консенсуса относительно того, что именно означает трансмедийный нарратив, можно проследить его основные характеристики и вычленив их, подвергнув анализу. Начиная со слова «трансмедиа» обсуждается происхождение и развитие этой новой области исследований.

Тема 2-Основные принципы трансмедийного нарратива-Основные концепты трансмедийного нарратива (Генри Дженкинс Seven Core Concepts of Transmedia Storytelling): 1) распространяемость и углубленность; 2) непрерывность и множественность; 3) иммерсия и экстрагируемость; 4) миро-созидание; 5) серийность; 6) субъективность; и 7) производительность.

Тема 3-Трансмедиа и адаптация-Трансмедиа проектирование, согласно Дженкинсу (2006), отличается от существующей системы лицензирования, которая, как правило, создает произведения, которые априори являются избыточными. Любое произведение, которое не делает отличительный и ценный вклад, не предлагает новый уровень понимания и опыта. Избыточность может сжечь интерес пользователя и вызвать провал дальнейшей жизни проекта и франшизы. Дженкинс и другие исследователи, такие как Джеффри Лонг, явно исключают адаптацию из трансмедийного проектирования.

Тема 4-Аналитическая модель дизайна трансмедийных проектов-Аналитическая модель, разработанная автором курса, является способом исследования и объективного рассмотрения примеров трансмедийных проектов. Она включает в себя 10 определённых параметров, которые не являются ограничительными (другие уровни понимания могут быть рассмотрены и добавлены). Качественные и количественные методы могут быть использованы с учетом характера исследовательского вопроса, а также наличия данных.

Модель основана на следующих темах: 1) пространство и цель; 2) нарратив; 3) мирозидание; 4) символы; 5) развитие; 6) медиа-платформы и жанры; 7) аудитории и рынок; 8) участие /вовлечение; 9) структура; и 10) эстетика.

Тема 5-Практическая работа (слушатели, в рабочих группах, разрабатывают собственный трансмедийный проект).-Число рабочих групп и их темы будут определены в зависимости от количества студентов, обучающихся на курсе. Каждая группа должна представить презентацию, которая включает 20-минутный устное выступление при поддержке визуального контента, выполненного на "Prezi."

На итоговом семинаре студенты представляют итоги самостоятельной исследовательской и творческой работы, в виде устного изложения содержания эссе с поддержкой визуальной презентации, выполненной в Prezi, а также демонстрации креативной разработки студента в виде 3-минутного видеоролика.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Продакшн» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий семинарского типа: практические занятия проводятся в виде решения задач, выполнения контрольных работ, эссе, тестирование.

4.1.2. Зачеты проводятся с применением следующих методов:

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в 3,4 семестрах.

Защита включает:

- формулировку и обоснование цели исследования;
- описание исходных данных и ограничений данной математической модели;
- определения основных математических понятий, используемых в модели;
- основные характеристики изучаемой математической модели;
- анализ адекватности и полезности математической модели.

Для решения воспитательных и учебных задач в дисциплине в рамках преподавания используются следующие интерактивные формы при построении моделей:

- дискуссия/ дебаты;
- разбор конкретных производственных ситуаций;

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы

Вопросы для опроса и самостоятельного изучения

1. Какими качествами должен обладать хороший менеджер проекта?
2. В чем отличие импровизатора от системного организатора?
3. Когда же необходимо использовать методологию управления проектами?
4. Что такое инновация?
5. Что такое инновационный процесс?
6. В чем специфика инновации как товара?
7. С какими проблемами сталкивается менеджер инновационной компании?
8. В чем заключаются особенности управления инновационной деятельностью?
9. Какие инновационные задачи могут требовать решения в рамках компании?
10. Каковы признаки проекта?
11. Какие функции управления проектом реализуются через подсистемы управления?
12. Какие процессы относятся к группе процессов планирования?
13. Что такое бизнес-процесс?
14. Какова роль бизнес-процессов в управлении?
15. Когда появляется необходимость использования процессного подхода?
16. В чем заключается декомпозиция процесса?
17. Какие процессы должны быть в организации?
18. Кто такой «владелец процесса» и какие у него права и обязанности?
19. Как описывается модель процесса?
20. Какими параметрами описывается процесс?
21. Какую роль в управлении играет матрица ответственности?
22. Как документируется бизнес-процесс?
23. Кто получает плановые задания и несет ответственность за результат процесса (продукт) перед следующим уровнем руководства?
24. Кто имеет в своем распоряжении и управляет ресурсами и информацией по процессу?
25. Кто отвечает за организацию работ по процессу, определяет технологию работ (операций)?
26. Кто организывает систему сбора информации о ходе процесса?
27. Кто ведет мониторинг (контроль и анализ) хода процесса?
28. Кто отвечает за реализацию мероприятий по повышению эффективности процесса?
29. Какие показатели процесса используются при оптимизации бизнес-процессов?
30. Как можно использовать методы процессного подхода в управлении проектами?
31. Что такое «структура проекта»?
32. Что такое «этап проекта»?
33. Что такое «результат проекта»? В чем отличие от продукта проекта?
34. Какие фазы реализуются при создании новой техники?
35. Что такое «жизненный цикл проекта»?
36. Что такое «Базовый жизненный цикл проекта»?
37. Какие функции управления реализуются в рамках проекта?
38. В чем заключается смысл использования паспорта проекта?
39. Что такое «обоснование проекта»?
40. Каково назначение Паспорта проекта?
41. Что такое «Продукт проекта»?
42. Что такое «Стратегический план»?
43. Что такое «бизнес-план»?
44. Какие взаимосвязи существуют в проекте?
45. Что такое декомпозиция проекта?
46. Что такое ИСР?

47. Что такое «сетевая диаграмма»?
48. Что показывает диаграмма Ганта?
49. Какие методы используются для определения длительности работ?
50. Что такое «критический путь»?
51. Перечислите состав участников проекта?
52. В чем заключаются полномочия команды проекта?
53. В чем отличие участников от команды проекта?
54. Что необходимо для формирования эффективной команды?
55. Каковы основные причины конфликтов в команде проекта?

56. Что такое «организационная структура»?
57. Какие действия совершаются при планировании организации?
58. Какие существуют типы организационных структур?
59. В чем заключаются различия организационных структур?
60. В какой структуре руководитель имеет максимальные полномочия для реализации проекта?
61. Какие полномочия существуют у менеджера проекта в структурах различного типа?
62. В чем отличие подходов проектного и функционального менеджеров?
63. Какие существуют типичные проблемы в управлении проектами, связанные со структурой?
64. Кто должен входить в состав проектного офиса?
65. Какими качествами должен обладать сотрудник проектного офиса?
66. Как должно быть организовано взаимодействие проектного офиса с руководителями проектов?
67. Что такое «риски проекта»?
68. В чем заключается идентификация рисков?
69. Какие методы используются для идентификации рисков?
70. Какие факторы могут влиять на проект?
71. Что такое контрольная форма для идентификации рисков?
72. Какие существуют виды реагирования?
73. В чем причина возникновения отклонений в проекте?
74. Что может контролироваться в проекте?
75. Что такое портфель проектов и программа проектов?
76. Что такое «Стратегическое управление компаниями»?
77. Что такое «Реестр проектов»?
78. Какую роль играет управление проектами в решении задач стратегического развития компаний?
79. Что такое КСУП?
80. Какие документы используются для организации управления проектами в компании?
81. Какова структура Концепции проектного управления?
82. Перечислите виды мотивации персонала.
83. В чем смысл завершения проекта?
84. Какие процессы входят в состав этапа завершения?
85. Что такое «административное завершение»?
86. В чем заключается подведение итогов и оценка проекта?
87. Какие показатели эффективности могут использоваться при управлении проектом?
88. В чем заключается накопление опыта реализации проекта?

Примеры тестовых заданий

1. Что такое проект?

- А. Проект – это процесс достижения целей.
- Б. Проект – это намерение, характеризующееся наличием целей, ресурсов, сроков завершения.
- В. Проект – это набор мероприятий, обеспечивающих его реализацию.

2. В чем состоит структуризация проекта?

- А. Описание организационной структуры компании.
- Б. Выделение совокупности взаимосвязанных элементов и процессов, представленных с различной степенью детализации.
- В. Описание должностных инструкций работников.

3. Какова роль управления проектами среди других управленческих дисциплин?

- А. Управление проектами заменяет все остальные управленческие дисциплины.
- Б. Управление проектами объединяет другие управленческие дисциплины в единую технологию управления.
- В. Управление проектами подчинено другим управленческим дисциплинам.

4. Что позволяет снизить требования к управленческой квалификации участников проекта?

- А. Формирование единых правил (регламентов).
- Б. Обучение членов команды навыкам проектного управления.
- В. Формирование команды в соответствии с решаемыми задачами.

5. Какова роль в управлении Стандарта управления проектами, разработанного американской ассоциацией PMI (Project Management Institute)?

- А. Это – набор регламентов управления.
- Б. Это набор обязательных для исполнения правил.
- В. Это сумма профессиональных знаний по управлению проектами.

6. Что позволяет упростить процесс управления проектом?

- А. Назначение руководителя проекта.
- Б. Формирование команды проекта.
- В. Четкое выделение работ, этапов, распределение ответственности.

7. Что из перечисленного является этапом инвестиционного проекта?

- А. Идентификация рисков проекта.
- Б. Оценка стоимости проекта.
- В. Исследование возможностей осуществления проекта.

8. Что такое жизненный цикл проекта?

- А. Совокупность процессов, обеспечивающих своевременный сбор, накопление, распространение и последующее использование информации проекта.
- Б. Промежуток времени между моментом появления проекта и моментом его ликвидации.
- В. Набор последовательных фаз проекта, название и число которых определяется характером проекта.

9. Какова цель подготовки обоснования проекта?

- А. Формирование подсистем управления.
- Б. Формирование команды проекта.
- В. Оценка стоимости и сроков реализации проекта.

10. Что такое интеграция проекта?

- А. Формирование систем управления.
- Б. Объединение функций проекта.
- В. Принятие решений о том, где концентрировать ресурсы на каждую конкретную дату, поиск компромиссов.

11. Что из перечисленного относится к критериям приемки продукта проекта?

- А. Наиболее выгодная рыночная цена приобретения оборудования.
- Б. Обеспечение ценовой конкурентоспособности товарной продукции.
- В. Выпуск пробной партии продукции.

12. Что из перечисленного относится к критериям приемки продукта проекта?

- А. Формирование границы проекта.
- Б. Выполнение всех условий договора.
- В. Выпуск тестовой продукции требуемого качества.

13. Что из перечисленного относится к критериям приемки продукта проекта?

- А. Наладка оборудования и проверка работоспособности.
- Б. Своевременное достижение расчетного срока окупаемости.
- В. Подписание акта сдачи-приемки.

14. Что такое Продукт проекта?

- А. Производимое изделие, которое можно измерить, результат проекта.
- Б. Процесс производства продукции.
- В. Продукция, выпускаемая построенным заводом.

15. Что из перечисленного относится к понятию «Продукт проекта»?

- А. Буровое оборудование доставлено заблаговременно.
- Б. Установка очистки газов запущена в эксплуатацию.
- В. Площадка хранения расположена вдоль северной стены здания.

16. Что из перечисленного относится к понятию «Продукт проекта»?

- А. Цех построен в срок.
- Б. Оборудование должно быть доставлено и смонтировано.
- В. Цех начал выпуск продукции.

17. Какие элементы проекта относятся к Стратегическому плану?

- А. Сначала строится фундамент, затем кирпичные стены.
- Б. Работу выполнить с привлечением подрядчика.
- В. Определение стоимости работ проекта.

18. Что из перечисленного относится к понятию «Продукт проекта»?

- А. Магазин открылся в запланированные сроки.
- Б. Площадь магазина составляет 250 кв.м.
- В. Обеспечено бесперебойное снабжение цеха электроэнергией.

19. Что такое Стратегический план проекта?

- А. Краткий план реализации проекта.
- Б. Цели реализации проекта.
- В. Концепция реализации проекта.

20. Что такое структурная декомпозиция работ?

- А. Иерархическая структуризация работ проекта.
- Б. Структура элементов проекта: продукт, услуга, работа, исполнители, сроки, стоимость.
- В. Представление последовательности работ проекта.

21. Какие элементы проекта относятся к Стратегическому плану?

- А. Осуществить ремонт силами подрядчика.
- Б. Подписать договор на выполнение ремонта.
- В. Разработать план реализации проекта.

22. Что из перечисленного является элементом ИСР?

- А. Разборка оборудования перед отправкой.
- Б. Разработка плана работ по доставке и монтажу опор ЛЭП.
- В. Начало монтажа колонн сразу после завершения строительства фундамента.

23. Что из перечисленного является элементом ИСР?

- А. Разработка плана проекта.
- Б. Определение даты окончания строительства.
- В. Разработка плана размещения оборудования.

24. Как называется метод планирования, обеспечивающий, помимо детализации текущих работ, также и предварительное описание работ, которые будут выполняться на последующих фазах проекта?

- А. Метод набегающей волны.
- Б. Последовательная реализация.
- В. Текущее планирование.

25. Что представляет собой план проекта?

- А. Совокупность процессов, связанных с обеспечением эффективной реализации проекта.
- Б. Набор характеристик проекта, содержащих сведения об основных временных и стоимостных параметрах работ.
- В. Скоординированное выполнение взаимосвязанных действий по достижению целей проекта.

26. Страхование относится к методам:

- А. Исключения рисковых последствий.
- Б. Принятие последствий.
- В. Смягчение последствий рискового события.

27. Какие процессы относятся к процессам планирования рисков?

- А. Расчет стоимости работ.
- Б. Идентификация и оценка рисков.
- В. Реагирование на рисковые события.

28. Какие рисковые события можно идентифицировать при доставке оборудования на завод?

- А. Поломка транспорта.
- Б. Отсутствие площадки для складирования оборудования.
- В. Невозможность доставки.

29. Какие рисковые события можно идентифицировать при поиске перевозчика оборудования?

- А. Отсутствие на рынке надежных компаний.
- Б. Отсутствие достоверной информации о компаниях-перевозчиках.
- В. Потеря груза при перевозке.

30. Какие рисковые события можно идентифицировать при проектировании установки:

- А. Участие конструкторов в проектировании другой установки
- Б. Отсутствие необходимого программного обеспечения
- В. Проблемы со сдачей чертежей заказчику

Опрос 1. Вариант вопросов:

- 1. Приведите примеры проталкиваемых технологиями инноваций.
- 2. Что такое технологический риск?
- 3. Перечислить типы инноваций.
- 4. Что такое коммерческий риск при выводе инновации на рынок?

Опрос 2. Вариант вопросов:

- 1. Методы генерирования идей для новых товаров.
- 2. Пересмотренный жизненный цикл принятия технологий.
- 3. Виды межфункциональных организационных структур при разработке нового товара.
- 4. Опишите структуру анализа осуществимости проекта.

Опрос 3. Вариант вопросов:

- 1. Охарактеризуйте взаимодействие маркетинга и R&D в процессе разработки нового товара. Проиллюстрируйте примерами.
- 2. Количество и качество коммуникационных потоков между маркетингом и R&D.
- 3. Разработка коммуникационной стратегии для инновационного товара.
- 4. Ценовые стратегии для инновационного товара.

Примерные темы курсовых проектов:

- 1. Интеллектуальные ресурсы среди технологических, организационных, коммерческих ресурсов организации.
- 2. Возникновение интеллектуальных ресурсов в процессе инновационной деятельности.
- 3. Особенности правовой охраны в режиме коммерческой тайны.
- 4. Нормативно-правовая база регулирования отношений собственности при выполнении инновационного проекта.
- 5. Особенности правовой охраны созданных ранее исследований и разработок.

6. Нормативно-правовая база РФ в области коммерциализации технологий путем продажи лицензий.

Примерные задания для текущего контроля знаний.

В процессе изучения курса слушатели должны выполнить два самостоятельных письменных внеаудиторных задания, которые являются составными частями итогового практического задания на тему «**Анализ управления интеллектуальными ресурсами компании**» (на материалах организации, в которой работает слушатель).

Примеры контрольных заданий:

Практикум «Выявление влияния интеллектуальных ресурсов при позиционировании компании (на примере компании, в которой работает слушатель)».

Практикум «Выбор формы правовой охраны товаров и услуг».

Анализ конкретной ситуации «Определение возможных форм правовой охраны разработки, касающейся изготовления декоративного стекла»

Анализ конкретной ситуации «Выбор формы правовой охраны программного продукта».

Анализ конкретной ситуации «Спор между предпринимателем и научным институтом»

Практикум «Выбор основных параметров соглашения о передаче технологии: Пример проведения переговоров с потенциальным покупателем/продавцом лицензии»

Анализ конкретной ситуации «Продажа лицензии на использование ОАО «Татнефть» технологии производства синтетического масла для ДВС на стадии лабораторного образца Институт проблем химфизики РАН (Черноголовка)»

Анализ конкретной ситуации «Продажа лицензии на технологию упрочнения прутков титана в американскую компанию Карпенгер Авиационно-технологическим университетом (Уфа)».

Шкала оценивания.

Обозначения		Формулировка требований к степени сформированности компетенции		
Цифр.		Оценка		
		Знать	Уметь	Владеть
1	Не зачтено	Отсутствие знаний	Отсутствие умений	Отсутствие навыков
2	Не зачтено	Фрагментарные знания	Частично освоенное умение	Фрагментарное применение
3	Зачтено	Общие, но не структурированные знания	В целом успешное, но не систематически осуществляемое умение	В целом успешное, но не систематическое применение
4	Зачтено	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-9	способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности	ОПК – 9.2	Способность идентифицировать и анализировать различные аспекты поведения индивидов и групп индивидов, влияющие на эффективность коммуникаций и достижение организацией своих целей
ПК-1	способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК – 1.2	способность управлять проектами, сетями, подразделениями, организациями в профессиональной деятельности
ПК-4	способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность	ПК – 4.2	способность использовать современные методы управления в профессиональной деятельности

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции	Критерий оценивания Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.
2 этап: ОПК – 9.2 – Способность идентифицировать и анализировать различные аспекты поведения индивидов и групп индивидов, влияющие на эффективность	выполняет задачу заинтересованности читателя <input type="checkbox"/> доказывает выдвинутый тезис <input type="checkbox"/> делает выводы, логично вытекающие из содержания основной части	<input type="checkbox"/> грамотно выполнил задачу заинтересованности читателя <input type="checkbox"/> продемонстрировал выдвинутый тезис <input type="checkbox"/> сделаны выводы <input type="checkbox"/> обоснована собственная точка зрения. <input type="checkbox"/> Аргументировал возражения по ошибочной позиции оппонента

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>
коммуникаций и достижение организацией своих целей	<input type="checkbox"/> формулирует и обосновывает собственную точку зрения с применением профессиональной терминологии <input type="checkbox"/> подготавливает аргументированные возражения по ошибочной позиции оппонента	
2 этап: ПК – 1.2 способность управлять проектами, сетями, подразделениями, организациями в профессиональной деятельности	Применяет основные методы и принципы делегирования полномочий и ответственности в трудовом коллективе Владеет средствами информационных технологий в практике разработки и реализации бизнес-планов в профессиональной деятельности Использует методы и инструменты управления рисками для принятия управленческих решений по реализации конкретных проектов и решений в профессиональной деятельности	Грамотно применяет основные методы и принципы делегирования полномочий и ответственности в трудовом коллективе Корректно применяет методику составления и практической реализации бизнес-плана с использованием информационных технологий Корректно применяет методы и инструменты управления рисками для принятия управленческих решений по реализации конкретных проектов и решений в профессиональной деятельности
2 этап: ПК – 4.2 способность использовать современные методы управления в профессиональной деятельности	Оценивает платежеспособность и финансово-экономическое состояние предприятия Применяет современные подходы к управлению организационными изменениями,	Корректно оценивает платежеспособность и финансово-экономическое состояние предприятия Грамотно применяет современные подходы к управлению организационными изменениями, технологии и методы проведения изменений в организации

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>
	<p>технологии и методы проведения изменений в организации</p> <p>Прогнозирует на основе стандартных теоретических и экономических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов на макро- и микроуровне</p> <p>Разрабатывает проекты в сфере профессиональной деятельности с учетом стратегии корпорации, а также нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений</p> <p>Оценивает финансовую результативность операционной, финансовой и инвестиционной деятельности корпорации, перспективы ее развития и возможные последствия</p>	<p>Корректно прогнозирует на основе стандартных теоретических и экономических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов на макро- и микроуровне</p> <p>Самостоятельно разрабатывает проекты в сфере профессиональной деятельности с учетом стратегии корпорации, а также нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений</p> <p>Корректно оценивает финансовую результативность операционной, финансовой и инвестиционной деятельности корпорации, перспективы ее развития и возможные последствия</p>

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету:

1. Что такое проект?
2. В чем состоит структуризация проекта?
3. Какова роль управления проектами среди других управленческих дисциплин?
4. Что позволяет снизить требования к управленческой квалификации участников проекта?
5. Какова роль в управлении Стандарта управления проектами, разработанного американской ассоциацией PMI (Project Management Institute)?
6. Что позволяет упростить процесс управления проектом?
7. Что является этапом инвестиционного проекта?
8. Что такое жизненный цикл проекта?
9. Какова цель подготовки обоснования проекта?

10. Что такое интеграция проекта?
11. Что относится к критериям приемки продукта проекта?
12. Что относится к критериям приемки продукта проекта?
13. Что относится к критериям приемки продукта проекта?
14. Что такое Продукт проекта?
15. Что относится к понятию «Продукт проекта»?
16. Какие элементы проекта относятся к Стратегическому плану?
17. Что такое Стратегический план проекта?
18. Что такое структурная декомпозиция работ?
19. Что является элементом ИСР?
20. Как называется метод планирования, обеспечивающий, помимо детализации текущих работ, также и предварительное описание работ, которые будут выполняться на последующих фазах проекта?
21. Что представляет собой план проекта?
22. Какие процессы относятся к процессам планирования рисков?
23. Какие рисковые события можно идентифицировать при доставке оборудования на завод?
24. Какие рисковые события можно идентифицировать при поиске перевозчика оборудования?
25. Какие рисковые события можно идентифицировать при проектировании установки?

Тематика контрольных работ:

- Создание бизнеса по производству и продаже нового товара или лицензирование, продажа патентов.
- Преимущества и недостатки различных методов работы с новым товаром.
- План работ по управлению продвижения нового товара без создания собственного бизнеса.
- Основные документы, необходимые для организации продвижения нового товара без создания собственного бизнеса.
- Общие модели продвижения нового товара при создании собственного бизнеса. - Основные документы, необходимые для этого вида продвижения нового товара. 15

Тематика курсовых работ:

- План работ по продвижению нового товара при создании собственного бизнеса.
- Важность систематического подхода к управлению процессами коммерциализации.
- Качественные и количественные критерии принятия решений.
- Кто разрабатывает новые товары (различные ситуации в крупных и малых компаниях).
- Влияние внешней и внутренней маркетинговой среды на принятие решения и подходов к разработке и продвижению нового товара.
- Анализ рынка, связь наличия новых идей, неудовлетворенных потребностей, финансовых, технических возможностей компании и решения по разработке технологии.
- Проблемы плохого учета спроса.
- Смещение спроса и потребности.
- Заранее обреченные продукты, которые не могут быть успешны на рынке.
- Основные условия успешности товаров на рынке.
- Анализ потребностей рынка, прогнозирование возникающих и могущих возникнуть потребностей.
- Анализ возможности создания новых рынков и новых потребностей.
- Организация работ по систематическому изучению рынка.
- Составление информационных баз данных, их обновление, подготовка заключений.
- Анализ результатов НИР и НИОКР, патентов в области изучаемого рынка, текущих публикаций ассоциаций производителей, обзоров рынка.
- Анализ идей новых товаров и новых исследований.
- Изучение технических и финансовых возможностей собственно компании.

Анализ возможных союзов различного толка, привлечения инвестиций и т.п.

- Анализ имеющихся продуктов компании и продуктов на рынке.
- Выбор нового продукта для разработки.
- Технический анализ идеи товара.
- Организация процесса создания прототипов.
- Типы прототипов
- Создание лабораторного прототипа продукта и его технический анализ
- Создание прототипа пригодного для демонстраций.
- Опробование рынка / пробные подачи.
- Финансовый анализ производства, продвижения технологии, обслуживания
 - Налаживание собственных линий производства или кооперации (виртуальные фирмы, OEM, др.)

Комплексная оценка сформированности знаний, умений и владений

Цифр.		Оценка
1	Неудовлетворительно	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале
2	Удовлетворительно или неудовлетворительно (по усмотрению преподавателя)	Знать на уровне ориентирования , представлений. Субъект учения знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает их в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения
3	Удовлетворительно	Знать и уметь на репродуктивном уровне. Субъект учения знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях
4	Хорошо	Знать, уметь, владеть на аналитическом уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения
5	Отлично	Знать, уметь, владеть на системном уровне. Субъект учения знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания учебной дисциплины, его значимость в содержании учебной дисциплины

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работ: лекциями, практическими занятиями, самостоятельной работой студентов.

В рамках самостоятельной работы студенты готовят вопросы, готовятся к практическим занятиям: проводят обзор интернет-сайтов, периодической литературы и профессиональных

изданий, разрабатывают каталог интернет-ресурсов, осуществляют подготовку к разработке групповых проектов по заданной теме, к экзамену.

Основными видами самостоятельной работы являются:

- повторение лекционного материала и материала учебников;
- чтение основной и дополнительной литературы
- самостоятельное изучение дидактических единиц, расширяющих знания по изучаемой тематике дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной и итоговой аттестации.

Процедура подготовки к лекциям:

На занятиях лекционного типа студентам рекомендуется внимательно слушать и конспектировать лекции. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Процедура подготовки к практическим занятиям:

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с изучением и обсуждением ключевых вопросов общего менеджмента, выступлением и участием в дискуссиях, диспутах, решением задач, анализом кейсов и практических ситуаций.

При подготовке к практическим занятиям обучающимся рекомендуется:

1. Внимательно изучить вопрос/вопросы (задание).
2. Прочитать рекомендованную литературу и материалы лекции по соответствующей теме.
3. Найти соответствующие информационные источники.
4. Сформировать комплект материалов (лекционных, учебно-методических, законодательно-нормативных) по выбранному вопросу (заданию).
5. Составить план ответа (доклада, презентации).
6. Весь материал (статистику, информацию на сайтах, литературные источники, как на русском, так и на иностранных языках) обработать и использовать реферативно.
7. Указать авторство использованных материалов.
8. При чтении литературы кратко конспектировать основные положения статьи или главы.
8. Не использовать рефераты и курсовые, размещенные на интернет-ресурсах.
9. Планировать свой ответ (доклад, презентацию) по времени.
10. Не пересказывать материал, а презентовать свои выводы и заключения, доказывая и/или иллюстрируя их конкретными экономическими примерами, результатами расчетов, произведенных самостоятельно на основе использования российских и международных баз экономической информации.
11. При работе в малых группах в начале работы четко распределить обязанности.

Процедура подготовки и критерии оценки участия студента в дискуссии:

Дискуссия, как особая форма всестороннего обсуждения спорного вопроса в публичном собрании, в частной беседе, споре, реализуется в дисциплине как коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений. Целью проведения дискуссии в этом случае является обучение, тренинг, изменение установок, стимулирование творчества и др. В проведении дискуссии используются различные организационные методики:

□ Методика «вопрос – ответ» – разновидность простого собеседования; отличие состоит в том, что применяется определённая форма постановки вопросов для собеседования с участниками дискуссии-диалога.

☐ Методика «клиники» – каждый из участников разрабатывает свой вариант решения, предварительно представив на открытое обсуждение свой «диагноз» поставленной проблемной ситуации. Затем это решение оценивается как преподавателем (руководителем), так и специально выделенной для этой цели группой экспертов по балльной шкале либо по заранее принятой системе «принимается – не принимается».

☐ Методика «лабиринта» или метод последовательного обсуждения - своеобразная шаговая процедура, в которой каждый последующий шаг делается другим участником. Обсуждению подлежат все решения, даже неверные (тупиковые).

☐ Методика «эстафеты» – каждый заканчивающий выступление участник передает слово тому, кому считает нужным.

☐ Свободно плавающая дискуссия - когда группа к результату не приходит, но активность продолжается за рамками занятия. В основе такой процедуры групповой работы лежит «эффект Б.В. Зейгарник», характеризующийся высоким качеством запоминания незавершенных действий, когда участники продолжают «домысливать» наедине идеи, которые оказались незавершенными.

Студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) дискуссии;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Подготовка к экзамену. К экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса обучающимся необходимо ознакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- ☐ программой дисциплины;
- ☐ перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;

тематическими планами лекций, семинарских занятий;

- ☐ контрольными мероприятиями;
- ☐ учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- ☐ перечнем вопросов к экзамену.

После этого у обучаемого должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсирование кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.И.Сидоренко, П.К.Огурчикова. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010

6.2. Дополнительная литература.

1. Bernardo, Nuno (2014). Transmedia 2.0: How to Create an Entertainment Brand Using a Transmedial Approach to Storytelling. Lisbon: Beactive Books.
2. Dena, C. 2011. 'Do you have a big stick?' – S. Groth (ed.),
3. Gambarato, Renira R. (2012). Signs, Systems and Complexity of Transmedia Storytelling. In Estudos em Comunicação, n.12, 69-83.
4. Gambarato, Renira R. (2013). Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations. In Baltic Screen Media Review, 1, 80-100.
5. Gambarato, Renira R. (2014). Transmedia Storytelling in Analysis: The Case of Final Punishment. In Journal of Print and Media Technology Research, 3, n.2, 95-106.
6. Gambarato, Renira R. and Medvedev, Sergei (2015). Fish Fight: Transmedia Storytelling Strategies for Food Policy Change. In International Journal of E-Politics, vol. 6(3), 43-59.
7. Gambarato, Renira R. and Medvedev, Sergei (2015). Grassroots Political Campaign in Russia: Alexei Navalny and Transmedia Strategies for Democratic Development. In Svensson, Jakob and Kumar, Vikas (eds.). Promoting Social Change and Democracy through Information Technology. Hershey, PA: IGI Global, 165-192.
8. Godest, O. 2011. The Puzzle of Transmedia Classification Criteria. <http://www.transmedialab.org/en/storytelling-transmedia-2/le-casse-tete-des-criteres-de-classification-transmedia-2/> (3 May 2011).
9. Hayes, G. 2011. How to Write a Transmedia Production Bible. Sydney: Screen Australia.
10. Hayes, G. 2012. Social Media Charts & Graphs.
11. Phillips, A. 2012. A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences across Multiple Platforms. New York: McGraw-Hill.
12. Pratten, R. 2010. Transmedia Storytelling: Getting Started.
13. Pratten, R. 2011. Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. Seattle: CreateSpace.
14. Pratten, Robert (2015). Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. 2nd Edition. Seattle: CreateSpace.
15. Saldre, M.; Torop, P. 2012. 'Transmedia space'. – I. Ibrus, C. A. Scolari (eds.), Crossmedia Innovations: Texts, Markets, Institutions. Frankfurt: Peter Lang, 25–44.
16. Scolari, C. A. 2009. 'Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production'. – International Journal of Communication, 3, 586–606.
17. Scolari, C. A. 2012. 'Narrativas transmediáticas, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación'. – Quaderns del CAC 38, vol. XV, 79–89.
18. Shmilovici, U. 2011. The Complete Guide to Freemium Business Models.
19. Stackelberg, P. V. 2011. Creating Transmedia Narratives: The Structure and Design of Stories Told Across Multiple Media. Master Thesis. State University of New York Institute of Technology, Utica, NY.
20. Strickler, E. 2012. 10 Questions.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

6.4. Нормативные правовые документы.

6.5. Интернет-ресурсы.

1. Гамбарато Ренира Рампаццо Дизайн трансмедиа проектов: теоретические и аналитические аспекты. Оригинальный текст: Baltic Screen Media Review. Gambarato, Renira R. (2013). Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations. In Baltic Screen Media Review, n.1, 80-100. Перевод: Екатерина Арье, Оксана Мороз. URL: http://cultlook.org/rrg_transmedia_storytelling
2. Киберленинка URL: <http://cyberleninka.ru/>
3. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М., URSS, 2011. URL: <http://cnb.uran.ru/userfiles/210945.pdf>
4. Образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». Раздел «Социология пространства и города» URL: <http://ecsocman.hse.ru/docs/16000459/>

6.6. Иные источники.

19. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями: реализация творческого потенциала / Аннет Айрис, Жак Бюген; [пер. с англ. Ю.А. Константинова, Д.И. Эркенова]. М.: Издательский дом «Университетская книга»: АНО «ШКИМБ», 2010
20. Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М., ИД ВШЭ, 2013.
21. Alexander, C. 1964. Notes on the Synthesis of Form. Cambridge, MA: Harvard University Press.
22. Beer, S. 1966. Decision and Control: The Meaning of Operational Research and Management Cybernetics. New York: John Wiley & Sons.
23. Bernardo, Nuno (2011). The Producers Guide to Transmedia: How to Develop, Fund, Produce and Distribute Compelling Stories Across Multiple Platforms. London: CR Entertainment Ltd.
24. Caddell, B. 2009. Core Principles of Transmedia Storytelling.
25. Davidson, Drew et al. (2010). Cross-Media Communications: An Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences. Pittsburgh: ETC Press.
26. Dena, C. 2009. Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World Across Distinct Media and Environments. PhD Dissertation. University of Sydney, School of Letters, Art and Media, Department of Media and Communications. Sidney.
27. Dena, C. 2010. PGA's Transmedia Producer!.
28. Dinehart, S. E. 2012. Transmedial Play: Cognitive and Cross-Platform Narrative.
29. Dubberly, H.; Robinson, R.; Evenson, S. 2008. 'The analysis-synthesis bridge model'. – Interactions, March 1.
30. Elliott, K. 2004. 'Literary film adaptation and the form/ content dilemma'. – M.-L. Ryan (ed.), Narrative Across Media: The Language of Storytelling. Lincoln: University of Nebraska Press, 220–43.
31. Giovagnoli, Max (2011). Transmedia Storytelling: Imagery, Shapes and Techniques. Pittsburgh: ETC Press.
32. Grishakova, M. 2010. 'Intermedial metarepresentations'. – M. Grishakova, M.-L. Ryan (eds.), Intermediality and Storytelling. Berlin, New York: De Gruyter, 312–331.
33. Hand Made High Tech: Essays on the Future of Books and Reading. Brisbane: Institute for the Future of the Book in Australia, 47–50.
34. Herman, D. 2004. 'Toward a transmedial narratology'. – M.-L. Ryan (ed.), Narrative Across Media: The Language of Storytelling. Lincoln: University of Nebraska Press, 47–75.
35. Iacobacci, N. 2008. From Crossmedia to Transmedia: Thoughts on the Future of Entertainment.
36. Ibrus, Indrek and Scolari, Carlos A. (eds.) (2012). Crossmedia Innovations: Texts, Markets, Institutions. Berlin / New York: Peter Lang.
37. Interdisciplinary Perspectives on Multimodality: Theory and Practice – Proceedings of the Third International Conference on Multimodality. Campobasso: Palladino, 576–596.
38. Jenkins, H. 2003. Transmedia Storytelling.
39. Jenkins, H. 2006. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
40. Jenkins, H. 2009. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday).
41. Jenkins, H. 2009a. Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling.
42. Jenkins, H. 2010. Hollywood Goes "Transmedia".
43. Jenkins, H. 2010a. 'Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus'. – Continuum: Journal of Media & Cultural Studies 24, 6, 943–58. Jenkins, H. 2011. Seven Myths about Transmedia Storytelling Debunked.
44. Jenkins, Henry (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
45. Jenkins, Henry; Ford, Sam and Green, Joshua (2013). Spreadable Media – Creating Value and Meaning in a Networked Culture. New York: NYU Press.

46. Kinder, M. 1991. *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.
47. Landow, G. P. 1997. *Hypertext 2.0: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
48. Lemke, J. 2011. 'Transmedia traversals: Marketing meaning and identity'. – A. Baldry, E. Montagna (eds.),
49. Lèvy, P. 2001. *Cyberculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
50. Liestøl, G. 2003. 'Gameplay': From synthesis to analysis (and vice versa): Topics of conceptualization and construction in digital media'. – G. Liestøl, A. Morrison, T. Rasmussen (eds.), *Digital Media Revisited*. Cambridge, MA: MIT Press, 389–413.
51. Long, Geoffrey A. (2007). *Transmedia Storytelling - Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*. Master Thesis. Massachusetts Institute of Technology. Cambridge.
52. Lynch J, Gillispie G. *Process and Practice of radio Programming*. Boston, 1998
53. Master Thesis. Massachusetts Institute of Technology. Cambridge.
54. Mittell, J. 2009. *To Spread or To Drill?*
55. Mittell, J. 2009a. 'All in the game: The Wire, serial storytelling and procedural logic'. – P. Harrington, N. Wardrip-Fruin (eds.), *Third Person: Authoring and Exploring Vast Narratives*. Cambridge, MA: MIT Press, 429–438.
56. Mungioli, M. C. 2011. 'Narratives, languages and media in the context of interactive digital technologies: Interview with Carlos A. Scolari'. – *MATRIZES: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*, 4, 2, 127–136.
57. Murray, J. 1997. *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge: MIT Press.
58. Norberg E. *Radio programming. Tactics and Strategy*. -Boston, 1996
59. Producers Guild of America 2007. *The 8 Defining Characteristics of a Trans-media Production* (by Jeff Gomez).
60. Producers Guild of America 2012. *Code of Credits – New Media*.
61. Ryan, M.-L. 2004. *Narrative Across Media: The Language of Storytelling*. Lincoln: University of Nebraska Press.
62. Thompson, B. 2010. *Towards a Definition of Transmedia*.
63. Браун Дж., Коул У. *Эффективный менеджмент на радио и телевидении*. В 2х томах. М.: Мир, 2002
64. Зубок А. *Телевизионный бизнес*. М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012.
65. Келлисон К. *Продюсирование на телевидении: практический подход*/ Пер. с англ. Б.С. Станкевич; науч. ред. В.Е. Максимов. Минск: Гревцов Паблицер, 2008
66. Кемарская И.Н. *Телевизионный редактор*. М.: Аспект-пресс, 2009.
67. Митта А. *Кино между адом и раем*. М.: Зебра, 2012
68. Падейский В.В. *Проектирование телепрограмм*. М., 2004.
69. *Пособие для программного директора национального общественного радио*. М., 2000.
70. *Радио: музыкальное, новостное, общественное*/под ред. Сухаревой В.А., Аллахвердова А.А. -М., 2001.
71. Розенталь А. *Создание кино и видеофильмов от А до Я*. М: Изд-во ТРИУМФ, 2004
72. Хант Л. *Основы телевизионного брендинга и эфирного промоушна*. М.: Престиж, 2004

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Список учебно-лабораторного оборудования

Лекционные занятия проводятся в специальных лекционных залах, оборудованных видео - и мультимедиа проектором, мобильным освещением, видеоэкраном, универсальной доской.

Практические занятия проводятся в специальных аудиториях, оборудованных видео- и мультимедиа-проектором, универсальной доской.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов.

1. Доступ к коллекциям электронных баз данных в библиотеке Школы для самостоятельной работы слушателей
2. Электронная почта слушателей для рассылок программных заданий для самостоятельной работы и/или доступ к выкладкам на сайте факультета
3. Копировальный аппарат для подготовки раздаточного материала.

Требования к программному обеспечению

Компьютер (ноутбук) в аудитории должен иметь программное обеспечение Power Point; кодаки, позволяющие проигрывать видео- и аудио- файлы всех актуальных форматов. Программные пакеты: MS Office 2013.