

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
«Российский университет дружбы народов»
Институт мировой экономики и бизнеса**

Рекомендовано МСЧН/МО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины

Управление коммуникационными проектами

**Рекомендуется для направления подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Специализации «Управление связями с общественностью»**

Квалификация (степень) выпускника магистр

Раздел I. Основная часть

Программа курса

1. Цели преподавания дисциплины: на практике познакомить студентов направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» со всеми этапами управления любым коммуникационным проектом.

Задачи изучения курса:

1. Изучить процесс подготовки проектного предложения для клиента;
2. Сформировать навыки презентации коммуникационного проекта для клиента;
3. Сформировать навыки переговоров с клиентом;
4. Изучить процесс подготовки и реализация коммуникационного проекта;
5. Изучить процесс участия в тендерах по коммуникационным проектам.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО: «Управление коммуникационными проектами» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» входит в базовую часть Блока 1 учебного плана профиля «Управление связями с общественностью». Б1.О.02.08

«Управление коммуникационными проектами» является последующей для следующих курсов специализации «Управление связями с общественностью»: Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии, Технологии GR, Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций, Коммуникационный практикум (мастер-класс), Создание маркетингового контента, Научно-исследовательская работа (НИР)

«Управление коммуникационными проектами» является предшествующей для следующих курсов специализации «Управление связями с общественностью»: Оценка эффективности PR-коммуникаций, Корпоративные коммуникации, Психология управления коммуникациями, Учебная (проектная) практика, Производственная (аналитическая) практика, Учебная (научно-исследовательская) практика, Преддипломная практика, Научно-исследовательская работа (НИР), Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины

№ п/п	Шифр и наименование компетенций	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группа дисциплин)
Универсальные компетенции			
	УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии Технологии GR Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций Научно-исследовательская работа (НИР)	Оценка эффективности PR-коммуникаций Корпоративные коммуникации Учебная (проектная) практика Преддипломная практика Научно-исследовательская

			<p>работа (НИР) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>
Общепрофессиональные компетенции			
	<p>ОПК-5 - Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>Коммуникационный практикум (мастер-класс) Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций</p>	<p>Оценка эффективности PR-коммуникаций Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>
	<p>ОПК-7 - Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR Создание маркетингового контента</p>	<p>Психология управления коммуникациями Преддипломная практика Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>
Профессиональные компетенции (вид профессиональной деятельности)			
	<p>ПКО-2 - Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды</p>	<p>Технологии GR Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций</p>	<p>Оценка эффективности PR-коммуникаций Корпоративные коммуникации Производственная (аналитическая) практика Учебная (научно-исследовательская) практика Преддипломная</p>

			практика Научно-исследовательская работа (НИР) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
--	--	--	---

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций/

Выпускник программы магистратуры должен обладать следующими **компетенциями**:

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ОПК-5 - Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-7 - Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

ПКО-2 - Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- особенности процесса подготовки проектного предложения для клиента;
- специфику процесса подготовки и реализация коммуникационного проекта;
- различные подходы к выделению этапов планирования PR-деятельности;
- основные аспекты процесса участия в тендерах по коммуникационным проектам.

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

- подготовить проектное предложения для клиента;
- подготовить и реализовать коммуникационный проект;
- участвовать в тендерах по коммуникационным проектам.

В результате изучения дисциплины студент должен владеть:

- навыками презентации коммуникационного проекта для клиента;
- навыками переговоров с клиентом;
- навыками подготовки и реализации коммуникационного проекта.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Аудиторные занятия (всего)	36		36		
В том числе:					

Лекции		18		18		
Практические занятия (ПЗ)						
Семинары (С)		18		18		
Лабораторные работы (ЛР)						
Самостоятельная работа (всего)		76		76		
Общая трудоемкость	час	108		108		
	зач. ед.	3				

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
	Раздел 1. Подготовка проектного предложения для клиента	Бриф и работа с ним. Требования к составлению проектного предложения для клиента. Коммерческое проектное предложение для клиента. Качественные либо количественные критерии проектного предложения. Качественные параметры: ясность, соответствие выбранной аудитории, оригинальность, новизна и др.
	Раздел 2. Навыки презентации и переговоров	Презентация как процесс информирования и аргументации своей позиции. Ориентация на аудиторию. Приемы поддержания и привлечения внимания. Процесс переговоров. Содержание переговоров. Атмосфера переговоров и эмпатия. Установление и поддержание контакта. Стратегия переговоров.
	Раздел 3. Реализация коммуникационного проекта	Цели, задачи проекта. Методы коммуникаций. Особенности бюджетирования проекта. Проектная документация. Смета проекта. КРІ проекта. Формы отчетности и отчетные документы.
	Раздел 4. Участие в тендерах	Этапы проведения отбора агентств. Предварительный отбор. Лонг-лист и шор-лист. Первый этап тендера. Презентации агентств. Второй этап тендера. Объявление результатов. Критерии оценки агентств клиентами: профессионализм агентства (подтверждённый профессиональными заслугами и наградами); понимание бизнеса клиента; знание соответствующего сегмента рынка и потребителей; творческий потенциал агентства, качество сервиса, "история достижений" агентства на российском рынке. Соблюдение авторских прав и конфиденциальности при проведении тендеров. Срок заключения контракта, периодичность проведения тендеров.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семинары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Подготовка проектного предложения для клиента	2			2	18	22
2	Раздел 2. Навыки презентации и переговоров	4			6	18	28
3	Раздел 3. Реализация коммуникационного проекта	8			4	18	30
4	Раздел 4. Участие в тендерах	4			6	18	28
	Итого	18			18	72	108

6. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум программой курса не предусмотрен.

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Раздел 1.	Подготовка проектного предложения для клиента	2
2.	Раздел 2.	Презентация коммуникационного проекта	2
3.	Раздел 2.	Тренинг переговоров	4
4.	Раздел 3.	Стратегическое планирование коммуникационного проекта. Бюджет	2
5.	Раздел 3.	Роль медиапланирования в реализации коммуникационного проекта	2
6.	Раздел 3.	Роль новых медиа в реализации коммуникационного проекта	2
7.	Раздел 4.	Участие в тендерах: особенности российского законодательства	2
8.	Раздел 4.	Этапы участия в тендерах	2

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

- учебные аудитории с рабочими местами для проведения лекций и семинарских занятий;
- доска;
- стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office;
- демонстрационное оборудование:
- мультимедийный проектор;
- допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор;
- экран (стационарный или переносной напольный).

9. Информационное обеспечение дисциплины

изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с.
<https://biblio-online.ru/bcode/432025>

б) дополнительная литература

1. Гордеева М.А. Теория и практика ведения переговоров [Электронный ресурс] : Учебное пособие / М.А. Гордеева. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2013. - 322 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3344>
2. Мартыненко Е.В. Международный этикет. Деловой протокол [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / Е.В. Мартыненко, Н.Г. Смолик. - Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2018. - 304 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6321>
3. Осеев А.А. Социологическая теория переговорного процесса. Переговоры как способ предотвращения и разрешения конфликтов: методы ведения деловых переговоров [электронный ресурс]: Учебное пособие / А.А. Осеев. - электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2011. - 236 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/2582>

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

Дисциплина «Управление коммуникационными проектами» имеет продолжительность 18 учебных недель.

Изучение дисциплины «Управление коммуникационными проектами» осуществляется по кредитно-модульной системе и заканчивается итоговым контролем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 акад. часов. Из них аудиторные занятия составляют 36 ч., из которых 18 часов – лекции и 18 часов – семинарские занятия.

Это курс-тренинг, в рамках которого участники на практике знакомятся со всеми этапами управления любым проектом. В самом начале группа делится на мини-группы - будущие коммуникационные агентства - с продуманными внутри - миссией, специализацией, потенциальными клиентами, функциональными ролями. И далее - проходит все проектные этапы в рамках курса:

- Подготовка проектного предложения для клиента;
- Навыки презентации и переговоров;
- Реализация проекта (цели-задачи-методы-бюджетирование- КРІ-отчетность);
- Участие в тендерах.

Каждый этап "агентство" детально прорабатывает и защищает перед коллегами и преподавателем курса. В начале каждого этапа получает теоретическую базу по каждому из разделов и примеры из рыночной практики, а также введение в сопутствующие темы.

Формами обучения являются аудиторные занятия и внеаудиторная работа студентов.

Основные формы и методы обучения – это лекции с использованием мультимедийного оборудования как форма подачи базовых теоретических знаний в предметной области, семинарские занятия в диалоговой форме, индивидуальное и групповое консультирование, проектная деятельность, а также самостоятельная работа студентов.

Проведение семинарских занятий предполагает: устные опросы студентов по темам занятий, разработку коммуникационного проекта.

Внеаудиторная самостоятельная работа студента включает следующие виды деятельности:

- изучение и проработку учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
- решение case study;
- письменные творческие задания.

В процессе освоения программы применяются следующие виды контроля: текущий, промежуточный.

Текущий контроль проводится в форме опроса, проверки домашних работ, подготовленных студентом.

Промежуточный контроль проводится в форме защиты презентации коммуникационного проекта, подготовленного студентами в малых группах.

Структура и содержание экзамена

К экзамену допускаются студенты, полностью выполнившие программу курса обучения по дисциплине «Управление коммуникационными проектами».

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Управление коммуникационными проектами» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8293>.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

Канд.филол.наук, доцент кафедры

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Е.А. Кузнецова

Руководитель программы

Канд.фил.наук, доцент, зав. кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Н.В. Трубникова

Заведующий кафедрой

Рекламы и бизнес-коммуникаций

Н.В. Трубникова