

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» является формирование у студентов знаний о понятиях и стратегиях продвижения проектов и привлечения инвестиций, умений организовывать работу по продвижению проектов и привлечению инвестиций, навыков проведения рекламных и пиар-кампаний в процессе продвижения проектов и привлечения инвестиций.

Задачами освоения дисциплины являются

- изучение концептуальной основы деятельности по продвижению проектов и привлечению инвестиций,
- исследование этапов подготовки и реализации проектов и привлечения инвестиций,
- формирование навыков планирования и проведения рекламных и пиар-кампаний как инструментов продвижения проектов и привлечения инвестиций,
- формирование навыков написания рекламных и пиар-текстов как части документационного обеспечения проекта.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина (модуль) «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» представляет собой дисциплину, относящуюся к базовой части Блока 1 Дисциплины (модули)

Дисциплина (модуль) базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы менеджмента».

Дисциплина (модуль) «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» является обеспечивающей для следующих дисциплин: «Организация и проведение кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью», «Разработка и технологии производства рекламного продукта».

Дисциплина (модуль) изучается в 4 семестре.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления работы пиар-специалиста по продвижению проектов и привлечению инвестиций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу пиар-службы по продвижению проектов и привлечению инвестиций. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в организационных структурах, участвующих в продвижении проектов и привлечении инвестиций.

<p>Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные виды документов, обеспечивающих продвижение проектов и привлечение инвестиций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать работу по созданию документов для проекта, <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками написания рекламных и пиар-текстов, используемых в продвижении проектов.
<p>Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и структуру рекламных и пиар-кампаний. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать подготовку и проведение коммуникационных кампаний по продвижению проектов. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации и проведения рекламных и пиар-кампаний по продвижению проектов и привлечению инвестиций.

4 Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестр
		4
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
контактная работа	66,5	66,5
лекции	32	32
практические занятия	32	32
семинары		
лабораторные работы		
курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа студента	35	35
Промежуточная аттестация	9	9
Контактная работа	2,5	2,5
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	экзамен 6,5	экзамен 6,5

5 Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-1	ОПК-3	ОПК-5		

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-1	ОПК-3	ОПК-5		
Тема 1. Концептуальное представление о проекте	12	+		+	ВК Л ПЗ СРС	У
Тема 2. Продвижение проектов	18	+	+		Л ПЗ СРС	У Д
Тема 3. Продвижение специальных типов проектов	18	+	+		Л ПЗ СРС	У Д
Тема 4. Концептуальное представление об инвестициях	12	+		+	Л ПЗ СРС	У Д
Тема 5. Привлечение инвестиций	12		+		Л ПЗ СРС	У Д
Тема 6. Привлечение инвестиций на ранней стадии развития проектов	12	+		+	Л ПЗ СРС	У Д
Тема 7. Представление проектов потенциальным	15		+		Л ПЗ СРС	У Д 10мТ

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-1	ОПК-3	ОПК-5		
инвесторам						
Итого по дисциплине	99					
Промежуточная аттестация	9					
Всего по дисциплине (модулю)	108					

Сокращения: Л – лекция, ПЗ-практические занятия, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос, Д – доклад, 10мТ – десятиминутный тест.

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Концептуальное представление о проекте	4	4		4		12
Тема 2. Продвижение проектов	6	6		6		18
Тема 3. Продвижение специальных типов проектов	6	6		6		18
Тема 4. Концептуальное представление об инвестициях	4	4		4		12
Тема 5. Привлечение инвестиций	4	4		4		12

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 6. Привлечение инвестиций на ранней стадии развития проектов	4	4		4		12
Тема 7. Представление проектов потенциальным инвесторам	4	4		7		15
Итого за семестр	32	32		35		99
Промежуточная аттестация						9
Всего по дисциплине (модулю)						108

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1 Концептуальное представление о проекте

Проект как система. Цели проекта. Окружение проекта. Структура проекта. Этапы жизненного цикла проекта. Классификация типов проектов. Создание концепции проекта. Организационные структуры управления проектом. Планирование проекта. Понятие эффективности проекта. Маркетинговая концепция проекта.

Тема 2 Продвижение проектов

Место продвижения проекта в системе маркетинга проекта. Определение сил, групп влияния, заинтересованных сторон. Определение их интересов. Определение форм работы по согласованию интересов проекта и его среды. Разработка концепции продвижения проектов. Алгоритм продвижения проектов. PR-технологии продвижения проектов. Рекламные технологии продвижения проектов.

Тема 3 Продвижение специальных типов проектов

Специфика продвижения специальных типов проектов: инновационные проекты, проекты в сфере культуры, социально-ориентированные проекты, образовательные проекты и программы, проекты в сфере рекламы и связей с общественностью. Специфика маркетинговой модели в каждом типе проектов. Субъекты рынка в области специальных проектов. Специфика стратегий продвижения различных типов проектов. Специфика применения рекламных и PR-технологий при продвижении специальных проектов. Спонсорство и фандрайзинг в сфере культуры и в отношении социально-ориентированных проектов.

Тема 4 Концептуальное представление об инвестициях

Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности. Классификация инвестиций (по объекту инвестирования; по основным целям инвестирования; по срокам вложения инвестиций; по формам собственности на инвестиционные ресурсы; по способу учета средств). Понятие инвестиционного климата. Понятие инвестиционных рисков.

Тема 5 Привлечение инвестиций

Характеристики объекта, влияющие на привлечение инвестиций: наличие отработанного и перспективного плана действий; репутация организации; открытость, прозрачность деятельности; внутренняя политика страны. Этапы привлечения инвестиций. Стратегии привлечения инвестиций.

Тема 6 Привлечение инвестиций на ранней стадии развития проектов

Специфика начальной стадии развития проекта, понятие стартапа. Стадии развития стартапа с точки зрения инвестора. Основные факторы, определяющие привлекательность стартапа для инвестора. Проверка «должной добросовестности» проекта.

Тема 7 Представление проектов потенциальным инвесторам

Подготовка документов, необходимых для представления инвесторам. Определение коммуникативных стратегий в зависимости от интересов заинтересованных сторон. Определение типа мероприятия для презентации

проекта. Определение структуры презентации. Подготовка и проведение презентации проекта.

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисциплины ины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
	4 семестр	
1	Практическое занятие № 1. Проект как система. Внутренняя и внешняя среда проекта.	2
1	Практическое занятие № 2. Классификация типов проектов.	2
2	Практическое занятие № 3. Этапы жизненного цикла проекта.	2
2	Практическое занятие № 4. Пиар-технологии продвижения проекта.	2
2	Практическое занятие № 5. Рекламные технологии продвижения проекта.	2
3	Практическое занятие № 6. Особенности продвижения инновационных проектов.	2
3	Практическое занятие № 7. Специфика продвижения социально-ориентированных проектов.	2
3	Практическое занятие № 8. Специфика продвижения рекламных и пиар-проектов.	2

Номер темы дисциплины модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
	4 семестр	
4	Практическое занятие № 9.Виды инвестиций.	2
4	Практическое занятие № 10.Инвестиционный климат и инвестиционные риски.	2
5	Практическое занятие № 11.Этапы привлечения инвестиций.	2
5	Практическое занятие № 12.Стратегии привлечения инвестиций.	2
6	Практическое занятие № 13.Стадии инвестирования стартапа.	2
6	Практическое занятие № 14.Аудит стартапа	2
7	Практическое занятие № 15.Структура презентации проекта.	2
7	Практическое занятие № 16.Планирование подготовки и проведения презентации проекта.	2
Итого за семестр		32
Итого по дисциплине (модулю)		32

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисципли ны (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
1	<p>1 Изучение теоретического материала по теме 1. (конспект лекций и рекомендуемая литература [1,2, 3, 4 5]).</p> <p>2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами</p> <p>4 Подготовка к устному опросу.</p>	4
2	<p>1 Изучение теоретического материала по теме 2. (конспект лекций и рекомендуемая литература [1,2, 3, 5,6]).</p> <p>2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами</p> <p>4 Подготовка к устному опросу.</p>	6
3	<p>1. Изучение теоретического материала по теме 3. (конспект лекций и рекомендуемая литература [1,2,3]).</p> <p>2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами</p> <p>4 Подготовка к устному опросу.</p>	6

Номер темы дисципли ны (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
4	1. Изучение теоретического материала по теме 4. (конспект лекций и рекомендуемая литература [2,3,4]). 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами 4. Подготовка к устному опросу.	4
5	1 Изучение теоретического материала по теме 5. (конспект лекций и рекомендуемая литература [4,5,6]). 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами 4 Подготовка к устному опросу.	4
6	1. Изучение теоретического материала по теме 6. (конспект лекций и рекомендуемая литература [3,4,6]). 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами 4. Подготовка к устному опросу.	4
7	1. Изучение теоретического материала по теме 7. (конспект лекций и рекомендуемая литература [3,5,6]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.	7

Номер темы дисципли ны (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами 4. Подготовка к тестированию.	
Итого за семестр		35
Итого по дисциплине (модулю)		35

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.

- 3 Малькевич, А. А. **Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью** : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-05740-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8.

б) дополнительная литература:

- 4 Зуб, А. Т. **Управление проектами** : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 5 **Управление проектами** : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ. ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 6 Чернышева, А. М. **Брендинг** : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- 7 **Журнал «Советник»** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.SOVETNIK.ru, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 8 **Журнал «Сообщение»** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.soob.ru, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 9 **Журнал PR-Week** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.prweek.com/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 10 **International Association of Business Communicators** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iabc.com>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 11 **Российская ассоциация по связям с общественностью** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.raso.ru, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- 12 **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 13 **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 14 **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 15 **Научно-информационное пространство Соционет** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

16 **Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций	Поточная аудитория 306	Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран Lumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет	Microsoft Windows 7 professional, Microsoft Windows office professional plus 2007, Acrobat professional 9 Windows International, al,Kasperskiy Anti-Virus Suite для WKS и FS, Abbyy Fine Reader 10 Corporate Editional
--	------------------------	---	--

8 Образовательные и информационные технологии

В процессе преподавания дисциплины «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» используются классические формы и методы обучения: входной контроль, лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

В рамках изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии.

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимых перед изучением дисциплины. Входной контроль осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина.

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия основных теоретических вопросов по темам изучаемой дисциплины.

На лекции концентрируется внимание студентов на ключевых проблемах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, сопровождающееся примерами из практики. Материал лекции может излагаться при одновременной демонстрации слайдов, созданных в PowerPoint.

Практические занятия проводятся в целях практического закрепления теоретического материала лекции. На практическом занятии производится рассмотрение ситуаций в области продвижения различного рода проектов и привлечения инвестиций, проходят публичные выступления студентов перед аудиторией с докладами.

Рассматриваемые в рамках практического занятия задачи, ситуации, примеры и проблемы имеют профессиональную направленность и содержат элементы, необходимые для формирования компетенций в рамках подготовки бакалавра по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Главным содержанием практического занятия является индивидуальная практическая работа каждого студента.

Самостоятельная работа студента является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирования навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа с периодическими изданиями и научной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий, в том числе и индивидуальных, получаемых студентом после каждого занятия.

Все задания выносимые на самостоятельную работу выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4. Контроль за выполнением заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Фонд оценочных средств дисциплины представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме экзамена. Фонд оценочных средств дисциплины «Письменная коммуникация» включает: входной контроль, устные опросы, доклады.

Устный опрос проводится на практических занятиях в течение не более 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации. Проверка выданного задания производится не реже чем один раз в две недели.

Доклад – это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической или учебно-исследовательской темы. Доклады студентов занимают не больше 10 минут и могут проводиться в форме презентаций в среде MS Office PowerPoint.

Десятиминутный тест проводится по темам в соответствии с данной программой и предназначен для проверки обучающихся на предмет освоения материала пройденного тематического модуля. Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для

последующей корректировки или организации обязательной консультации. Проверка выданного задания производится не реже чем один раз в две недели.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде экзамена в 4 семестре.

Экзамен позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Экзамен предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов, вынесенных на экзамен. К моменту сдачи экзамена должны быть успешно пройдены предыдущие формы контроля.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

4 семестр

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Лекция № 1	1	1	1	
Практическое занятие № 1	1	3	1	
Лекция № 2	1	1	2	
Практическое занятие № 2	2	3	2	
Лекция № 3	1	1	3	
Практическое занятие № 3	1	3	3	
Лекция № 4	1	1	4	
Практическое занятие № 4	1	3	4	
Лекция № 5	1	1	5	

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Практическое занятие № 5	2	3	5	
Лекция № 6	1	1	6	
Практическое занятие № 6	2	3	6	
Лекция № 7	1	1	7	
Практическое занятие № 7	1	3	7	
Лекция № 8	1	1	8	
Практическое занятие № 8	1	3	8	
Лекция № 9	1	1	9	
Практическое занятие № 9	3	4	9	
Лекция № 10	1	1	10	
Практическое занятие № 10	2	3	10	
Лекция № 11	1	1	11	
Практическое занятие № 11	2	4	11	
Лекция № 12	1	1	12	
Практическое занятие № 12	3	4	12	
Лекция № 13	1	1	13	
Практическое занятие № 13	2	4	13	
Лекция № 14	1	1	14	
Практическое занятие № 14	3	3	14	
Лекция № 15	1	1	15	
Практическое занятие № 15	2	4	15	

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Лекция № 16	1	1	16	
Практическое занятие № 16	1	4	16	
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Экзамен	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС	Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)			
90 и более	5 – «отлично»			
70÷89	4 – «хорошо»			
60÷69	3 – «удовлетворительно»			
менее 60	– «неудовлетворительно»			

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов и выступлений по вопросам тем практических занятий;
- тестирование.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в СПбГУГА, являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в СПбГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на проверку различного рода письменных работ.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- выступление с докладами;
- оценка прохождения теста.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» формой промежуточной аттестации является экзамен. Он

проводится в форме устного ответа на 2 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Основы интегрированных коммуникаций

- 1 Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- 2 Социальные технологии как результат технологизации современного общества.
- 3 Специальные мероприятия в системе PR-технологий.
- 4 Каналы рекламной коммуникации.
- 5 Понятие и компоненты корпоративной культуры.

Основы менеджмента

- 1 Менеджмент, его цели, виды, принципы и методы.
- 2 Охарактеризуйте подходы в менеджменте: процессный, системный и ситуационный.
- 3 Общие и связующие функции менеджмента.
- 4 Показатели эффективности менеджмента.
- 5 Субъекты и объекты менеджмента.

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

Критерии	Показатели
<p>1. Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1)</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления работы пиар-специалиста по продвижению проектов и привлечению инвестиций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу пиар-службы по продвижению проектов и привлечению инвестиций. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в организационных структурах, участвующих в продвижении проектов и привлечении инвестиций. <p>2. Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение</p>	<ul style="list-style-type: none"> - способность обозначить основные направления пиар-деятельности по продвижению проектов и привлечению инвестиций, - способность определять типы проектов по принятым классификациям и их специфику; - знание принципов и этапов организации работы пиар-службы в процессе продвижения проектов;

Критерии	Показатели
<p>навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные виды документов, обеспечивающих продвижение проектов и привлечение инвестиций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать работу по созданию документов для проекта, <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками написания рекламных и пиар-текстов, используемых в продвижении проектов. <p>3. Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5)</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и структуру рекламных и пиар-кампаний. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать подготовку и проведение коммуникационных кампаний по продвижению проектов. 	<ul style="list-style-type: none"> - знание принятой документационной основы продвижения проекта; - знание подходов к классификации пиар-документов, создаваемых для продвигаемого проекта; - способность составлять, писать рекламные и пиар-тексты, используемые в продвижении проектов;

Критерии	Показатели
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации и проведения рекламных и пиар-кампаний по продвижению проектов и привлечению инвестиций. 	<ul style="list-style-type: none"> - знание видов рекламы и классификации пиар-кампаний; - способность составлять планы и программы коммуникационных кампаний по продвижению проектов; - знание принципов и методов реализации пиар-мероприятий в рамках проводимых пиар-кампаний по продвижению проектов и привлечению инвестиций.

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за экзамен – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («экзамен сдан») – 15 баллов.
2. При наборе менее 15 баллов – экзамен не сдан по причине недостаточного уровня знаний.
3. Экзаменационная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета и за решение задачи.
4. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:
 - *1 балл*: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;
 - *2 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;
 - *3 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

– *4 балла*: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

– *5 баллов*: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

– *6 баллов*: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

– *7 баллов*: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

– *8 баллов*: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

– *9 баллов*: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

– *10 баллов*: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине (модулю)

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Тема 1 Концептуальное представление о проекте

Вопросы:

- 1 Основные понятия проектной деятельности.
- 2 Этапы жизненного цикла проекта.
- 3 Классификация типов проектов.
- 4 Этапы создания концепции проекта.

Тема 2 Продвижение проектов

Вопросы:

- 1 Этапы продвижения проекта.
- 2 Разработка концепции продвижения проекта.
- 2 Пиар-технологии продвижения проекта.
- 3 рекламные технологии продвижения проекта.
- 4 Определение целевых аудиторий.

Тема 3 Продвижение специальных типов проектов

Вопросы:

- 1 Классификация специальных типов проектов.
- 2 Особенности продвижения специальных типов проектов.
- 3 Особенности применения рекламных и пиар-технологий при продвижении специальных типов проектов.
- 4 Определение и исследование целевых аудиторий в специальных проектах.

Тема 4 Концептуальное представление об инвестициях

Вопросы:

- 1 Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности.
- 2 Классификация инвестиций.
- 3 Понятие инвестиционного климата.
4. Понятие инвестиционных рисков.

Тема 5 Привлечение инвестиций

Вопросы:

- 1 Факторы, влияющие на процесс привлечения инвестиций.
- 2 Этапы привлечения инвестиций.
- 3 Стратегии привлечения инвестиций.

Тема 6 Привлечение инвестиций на ранней стадии развития

Проектов

Вопросы:

- 1 Специфика начальной стадии развития проекта, понятие стартапа.
- 2 Стадии развития стартапа с точки зрения инвестора.
- 3 Основные факторы, определяющие привлекательность стартапа для инвестора.
- 4 Проверка «должной добросовестности» проекта.

Тема 7 Представление проектов потенциальным инвесторам

Вопросы:

- 1 Документы, необходимые для представления инвесторам.
- 2 Коммуникативные стратегии, используемые при представлении проекта инвесторам.
- 3 Этапы подготовки и проведения презентации проекта.

ТЕСТ

1К типам проектов относятся:

- а) экономические;
- б) инновационные;
- в) социальные;
- г) дифференцированные.

2 Жизненный цикл проекта включает:

- а) начальная фаза;
- б) фаза разработки;
- в) фаза деструкции;
- г) завершающая фаза.

3 Маркетинг-микс проекта включает:

- а) цена;
- б) продвижение;
- в) цели;
- г) персонал.

4К видам эффективности проекта относятся:

- а) коммерческая (финансовая);
- б) функциональная;
- в) бюджетная;
- г) народнохозяйственная.

5К факторам, определяющим привлекательность проекта для инвестора относятся:

- а) наличие отработанного и перспективного плана;
- б) методы управления конфликтами в организации;
- в) репутация организации;
- г) прозрачность деятельности.

6К элементам внешнего окружения проекта относят:

- а) финансовые потоки предприятия на базе которого осуществляется проект;
- б) внутренняя инфраструктура проекта;
- в) организационная структура управления проектов;

г) контролирующие органы.

7К классификационным признакам проекта относят:

- а) направленность;
- б) масштаб;
- в) длительность реализации;
- г) вариабельность.

8 Маркетинговые основы концепции продвижения проекта включают:

- а) определение сегмента потребителей, на который осуществляется основное воздействие;
- б) маркетинговое позиционирование проекта;
- в) разработка общей коммуникативной стратегии проекта;
- г) комплиментарный анализ проекта.

9 Инвестициями называют:

- а) вложение капитала с целью получения прибыли или достижения иного полезного эффекта;
- б) благотворительная помощь физических лиц на добровольной и безвозмездной основе.

10Фандрайзингом называют:

- а) выпуск ценных бумаг для замещения и/или погашения ценных бумаг более старых выпусков;
- б) процесс привлечения денежных средств или иных ресурсов, которые организация не может обеспечить самостоятельно и которые являются необходимыми для реализации определенного проекта или своей деятельности в целом.

11К видам проектного анализа относят:

- а) технический;
- б) коммерческий;
- в) виртуальный;
- г) организационный (институциональный).

12 Инвестиции классифицируются по основанию:

- а) по объекту инвестирования;
- б) по формам работы по согласованию интересов с заинтересованными сторонами;
- в) по формам собственности на инвестиционные ресурсы;
- г) по срокам вложения.

13 К этапам процесса привлечения инвестиций относятся:

- а) анализ и оценка инвестиционной привлекательности, подготовка информационных материалов для инвестора;
- б) организация поиска и отбора заинтересованного инвестора;
- в) рестайлинг визуальных атрибутов бренда;
- г) сопровождение на этапе инвестиционной сделки и привлечения инвестиций в проект.

14 К проектной документации относятся:

- а) пояснительная записка;
- б) техническое задание;
- в) кейс-стади;
- г) креативный бриф.

15 Выделяются организационные структуры проекта:

- а) выделенная;
- б) двойственная;
- в) линейно-функциональная;
- г) инновационная.

**Примерный перечень вопросов к экзамену для проведения
промежуточного контроля по дисциплине**

- 1 Понятие проекта.
- 2 Классификация типов проектов.
- 3 Этапы жизненного цикла проектов.
- 4 Понятие эффективного проекта.
- 5 Понятие окружения проекта.
- 6 Цели проекта.
- 7 Проектная документация (технико-экономическое обеспечение, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
- 8 Понятие маркетинговой концепции продвижения проекта.
- 9 Понятие концепции продвижения проекта.
- 10 Понятие и специфика маркетинг-микс проекта.
- 11 Стратегии продвижения проекта.
- 12 Алгоритм продвижения проектов.
- 13 Технологии продвижения проектов.
- 14 PR-технологии продвижения проектов.
- 15 Стратегии продвижения социально-ориентированных проектов.
- 16 Понятие и виды социально-ориентированных проектов.
- 17 Специфика целевой аудитории и политика реализации социально-ориентированных проектов.
- 18 Фандрайзинг и продвижение социальных проектов.
- 19 Стратегии продвижения проектов в сфере культуры.
- 20 Специфика маркетинговой модели и субъекты рынка с сфере культуры.
- 21 Спонсорство и фандрайзинг в сфере культуры.
- 22 Стратегии продвижения инновационных проектов.
- 23 Специфика маркетинговой концепции инновационного проекта.
- 24 Стратегии продвижения образовательных проектов.

- 25 Специфика маркетинговой концепции образовательных проектов.
- 26 Понятие сил, групп влияния, заинтересованных сторон проекта.
- 27 Формы работы по согласованию интересов заинтересованных сторон.
- 28 Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности.
- 29 Классификация инвестиций.
- 30 Понятие инвестиционного климата.
- 31 Понятие инвестиционных рисков.
- 32 Характеристики объекта, влияющие на привлечение инвестиций.
- 33 Этапы процесса привлечения инвестиций.
- 34 Каналы поиска инвесторов.
- 35 Привлечение инвестиций на ранней стадии развития проектов.
- 36 Стадии развития стартапа с точки зрения инвестора.
- 37 Проверка «должной добросовестности» инновационного проекта.
- 38 Формы и технологии представления проекта инвесторам.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;
- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;
- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;
- определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрификацию материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к промежуточной аттестации.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы.

Темы практических занятий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины. В начале каждого практического занятия преподаватель:

- кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;
- проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти доклады. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть

компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

- самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

- подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

- подготовку докладов

- подготовку к тестированию.

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении

очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «30» января 2018 года, протокол № 6 .

Разработчики:

к.с.н.

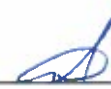


Таджибова Л.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

Заведующий кафедрой № 1 "Философии и социальных коммуникаций":

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «14» февраля 201 8 года, протокол № 5 .