



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление проектом»

(протокол решения Ученого совета № 4/Д от 11.01.2021 г.)

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

Направленность

«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

«Финансы и кредит»

«Экономика организации»

Квалификация выпускника

«бакалавр»

Форма обучения (год набора)

очная (2021, 2022, 2023)

очно-заочная (2021, 2022, 2023, 2024)

заочная (2021, 2022, 2023, 2024)

Рабочая программа дисциплины «Управление проектом».

Автор(ы):

Доцент, к.э.н.

 Чижикина Т.А.

Рецензент(ы): Шкапова Т.Б., начальник управления инвестиций Министерства экономики Омской области, к.э.н.

Рабочая программа рассмотрена руководителем ОПОП:

 Родионов М.Г.

Рабочая программа одобрена Ученым советом института (протокол № 4/Д от 11 января 2021 г.)

(с изменениями и дополнениями от 01 сентября 2021 г., протокол решения УС № 1)

(с изменениями и дополнениями от 26.01.2022 г., протокол решения УС № 6)

(с изменениями и дополнениями от 31.08.2022 г., протокол решения УС № 13)

(с изменениями и дополнениями от 30.08.2023 г., протокол решения УС № 12)

Нормативно-правовую базу разработки рабочей программы дисциплины составляют:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

- Приказ «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 06 апреля 2021 г. № 245

- Приказ «Об утверждении порядка перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования» от 12 сентября 2013 г. № 1061.

- Основная профессиональная образовательная программа высшего образования направления подготовки бакалавриата 38.03.01 Экономика (направленность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Экономика организации»), утвержденная ректором 11.01.2021.

- Положение о комплектах оценочных материалов основной профессиональной образовательной программы высшего образования в АНОО ВО «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий», утвержденное ректором 31.08.2020 г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Цель дисциплины «Управление проектом» - сформировать у студентов базовые теоретические знания и основные практические навыки в области управления проектами; развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

Задачи дисциплины:

- сформировать представления об особенностях управления проектами в разных отраслях;
- приобрести теоретические знания и практические навыки по эффективному формированию команды проекта;
- выработать умение формулировать цели проекта, распределять ресурсы проекта, определять график реализации проекта;
- сформировать практические навыки оценки и управления рисками и стоимостью проекта;
- изучить методы контроля эффективности проекта и способов его завершения.

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Знает содержание и логику проведения анализа деятельности экономического субъекта, приемы обоснования оперативных, тактических и стратегических организационно-управленческих решений	Знать: 1. Основные принципы и методы организации и планирования инвестиционного проекта при управлении деятельностью хозяйствующего субъекта
	ОПК-4.2 Умеет использовать результаты анализа финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности при составлении финансовых планов, отборе инвестиционных проектов и принятии организационно-управленческих решений на макро -, мезо- и микроуровнях	Уметь: 1. Применять основные методы управления проектом в хозяйственной деятельности организации

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Управление проектом» входит в обязательную часть учебного плана блока «Дисциплины, модули» основной профессиональной образовательной программы (Б1.О.23).

Данная дисциплина предусмотрена учебным планом в 5 семестре по очной форме обучения, в 7 семестре по очно-заочной и заочной формам обучения.

При изучении данного курса студенты опираются на знания и умения, полученные в результате освоения следующих дисциплин:

- "Управленческие решения"
- "Учебно-воспитательный семинар"
- "Анализ финансово-хозяйственной деятельности"
- "Ознакомительная практика"

Знания и умения, полученные в результате изучения данной дисциплины, используются в последующем для изучения:

"Создание собственного бизнеса"
 "Бухгалтерский учет и отчетность"
 "Управленческие решения"
 "Аудит"

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч.

Вид учебной работы	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
	5 семестр	7 семестр	7 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	144
Контактная работа, в том числе в электронной информационно-образовательной среде (всего):	62	44	10
Лекционные занятия	18	12	4
Практические занятия	36	26	4
Консультации	4	4	4
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	77	98	128
Форма промежуточной аттестации обучающегося - зачет	9	4	4

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в часах)

5 семестр, очная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Самостоятельная работа, всего	Контроль	Код индикатора достижения компетенции
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.							
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации				
1. Сущность и классификация проектов. Цели и жизненный цикл проекта.	18	8	2		6		10		ОПК-4.1, ОПК-4.2	
2. Менеджер и команда проекта.	20	6	2		4		14		ОПК-4.1, ОПК-4.2	

3. Процесс управления проектом.	19	4	2		2		15		ОПК-4.1, ОПК-4.2
4. Практические рекомендации при запуске, реализации и завершении проекта.	26	16	2		14		10		ОПК-4.1, ОПК-4.2
5. Управление качеством проекта.	14	6	2		4		8		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2,
6. Управление стоимостью проекта.	18	10	6		4		8		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2,
7. Управление рисками проекта.	20	8	2		2	4	12		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2,
ВСЕГО	144	58	18		36	4	77	9	

Формы текущего контроля – Посещение и работа на лекционных и практических занятиях.
, Практическое задание (кейс)

Форма промежуточной аттестации – зачёт.

7 семестр, очно-заочная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Код индикатора достижения компетенции	
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего		Контроль
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации			
1. Сущность и классификация проектов. Цели и жизненный цикл проекта.	19	5	1		4		14		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
2. Менеджер и команда проекта.	24	5	1		4		19		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
3. Процесс управления проектом.	23	4	1		2	1	19		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2

4. Практические рекомендации при запуске, реализации и завершении проекта.	25	12	1		10	1	13		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
5. Управление качеством проекта.	13	3	1		2		10		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
6. Управление стоимостью проекта.	16	6	4		2		10		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
7. Управление рисками проекта.	20	7	3		2	2	13		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
ВСЕГО	144	42	12		26	4	98	4	

7 семестр, заочная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)						Код индикатора достижения компетенции	
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего		Контроль
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации			
1. Сущность и классификация проектов. Цели и жизненный цикл проекта.	20	2	1		1		18		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
2. Менеджер и команда проекта.	27	2	1		1		25		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
3. Процесс управления проектом.	28	3	1		1	2	25		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
4. Практические рекомендации при запуске, реализации и завершении проекта.	20	3	1		1	2	17		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2

5. Управление качеством проекта.	13						13		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
6. Управление стоимостью проекта.	13						13		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
7. Управление рисками проекта.	17						17		ОПК- 4.1, ОПК- 4.2
ВСЕГО	144	10	4		4	4	128	4	

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Сущность и классификация проектов. Цели и жизненный цикл проекта.

Лекционные занятия 1.

Сущность и классификация проектов. Цели и жизненный цикл проекта. Понятие и классификация проектов. Понятие управление проектом. Функциональные области управления проектом. Цели и жизненный цикл проекта.

Практические занятия 2.

Сущность и классификация проектов. Цели и жизненный цикл проекта. Практическое занятие проводится в интерактивной форме, в результате организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой, что позволяет развивать навыки межличностной коммуникации и принятия решений.

Данное занятие проводится в форме решения практических кейсов:

Кейс 1. Экстремальные читатели

Издательский дом (game)land издает журналы, предназначенные для людей 15-25 лет, занимающих активную жизненную позицию. Один из новых проектов издательства – выпуск линейки спортивных журналов, каждый из которых будет посвящен отдельному виду спорта.

Ваша команда состоит из трех человек, подкованных в вопросах спорта и имеющих контакты в этой среде. Она провела серьезное исследование на тему: с каких видов спорта стоит начать. Опросы показали, что наиболее востребован сноуборд, на втором месте – велосипеды. Именно им и будут посвящены первые два журнала, причем по последнему направлению (game)land планирует привлечь уже сформировавшуюся команду авторов. Также решено, что издательство будет активно использовать высококачественный лицензионный контент. Что неудивительно: на Западе массовая спорт-индустрия и пресса намного более развиты, существуют обширные фотобанки и т.д.

Основная задача журнала – отвечать потребностям «продвинутых» любителей: им необходимы советы по выбору оборудования, мест для катания и тому подобное.

Итак, перед вами встает задача запустить новый проект по запуску первого журнала на новые издания спортивной тематики. Первый журнал будет посвящен теме – сноуборд. Срок реализации проекта – 4 месяца.

Кейс 2. Развитие платных услуг

Ведомственная больница, являвшаяся ранее закрытым элитным медицинским учреждением, столкнулась с рядом серьезных проблем с персоналом. Раньше больнице не приходилось думать о кадровой проблеме, так как в ней работали лучшие специалисты. Сейчас же многие из них уходят в коммерческие лечебные учреждения и другие клиники, имеющие солидный имидж и предлагающие более высокую оплату труда. Не меньшую проблему представляет привлечение высококвалифицированного среднего медицинского персонала.

Для выхода из данной проблемы решено оказывать ряд платных услуг частным лицам, которые позволят за счет привлеченной прибыли увеличить размер заработной платы персонала.

Преимущества больницы в том, что он имеет наиболее современное техническое оборудование и, следовательно, располагает уникальными возможностями в отношении диагностики, лечения и профилактики различных заболеваний. Больница имеет удачное расположение с точки зрения экологии: в живописной парковой зоне на окраине Москвы. Но, хотя сотрудники больницы считают ее солидным учреждением, такого имиджа среди населения нет – ее просто не знают или знают понаслышке.

Задача заключается в том, чтобы разработать проект развития спектра платных услуг и их продвижению среди населения. Срок реализации проекта – 4 месяца.

Задания по кейсам:

- сформулировать цель и задачи проекта и обосновать ее значимость для издательства в целом;
- провести декомпозицию работ (не менее 10 этапов);
- представить основные результаты в виде презентации для аудитории.

Тема 2. Менеджер и команда проекта.

Лекционные занятия 1.

Менеджер и команда проекта. Ключевые участники проекта и их цели. Взаимодействие участников проекта.

Команда проекта. Этапы жизни команды проекта. Принципы формирования эффективной команды.

Практические занятия 2.

Менеджер и команда проекта. Практическое занятие проводится в интерактивной форме, в результате организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой, что позволяет развивать навыки межличностной коммуникации и принятия решений.

Данное занятие проводится в форме решения практического кейса.

Кейс. “Командная работа – это когда вся команда делает так, как я говорю”

В своей компании я работаю уже 6 лет, очень хорошо знаком со всеми членами команды, изучил их с разных сторон. Особенно это касается руководителя нашего подразделения Петрова, т.к. в самом начале были только я и он.

В последнее время наша команда снова начала расти, пришло 4 новых сотрудника. Один из них – Сергей – оказался знакомым моей подруги, на этой почве мое с ним знакомство начало развиваться очень быстро. Но кроме общих знакомых, у нас оказалось не мало общих интересов. Сергей имеет очень хороший опыт работы в других компаниях и, что мне очень понравилось, вынес оттуда не мало интереснейших и работоспособных идей и подходов к организации рабочих процессов, коммуникаций в команде, улучшению полезного взаимодействия в коллективе.

И вот, в один день Сергей мне рассказывает – “В моей предыдущей компании была такая традиция – мы делали доклады, читали лекции, проводили мини-тренинги для своих сотрудников по интересам. Если кто-то хотел о чем-то рассказать или чему-то научить и находилось достаточное количество желающих, на это отводилось специальное время и место. У вас такое не принято, но ведь было бы здорово устроить. Я готов прочитать лекцию, сделать что угодно для того, чтобы изменить все к лучшему.”

Отлично! Я поддерживаю безоговорочно, т.к. сам не раз пытался наладить процесс обмена знаниями у нас в команде, но без единомышленников, на одном собственном энтузиазме дальше разговоров в курилке добаться не смог. Начинаем снова со стратегии и оформления идеи. Где-то в месте с общим доступом делается объявление формата “Наш коллега Сергей желает прочитать лекции для своих коллег на темы А,Б,В. Желающие послушать, пожалуйста, отметьте наиболее интересующие вас темы.” Коллектив делает свой выбор, затем проводится лекция либо мини-тренинг, в зависимости от необходимости.

Продумали все до мелочей, и то как заинтересовать побольше сотрудников, способы подачи информации, опросы, способы замотивировать других сотрудников делиться знаниями. Но так и не смогли решить, с какой стороны лучше заходить на скептическое отношение руководства. Решили в лоб, честно, открыто, с целью заручиться поддержкой. Тут наша стратегия вместе с идеей дали трещину. Петров (руководитель) нас выслушал, сказал “Лекция – это хорошо, значит, послезавтра прочитаешь на тему Б. У тебя будет час, все придут слушать. Никаких рассылок, опросов и прочих мнений не надо.” и следом разослал всем уведомление о предстоящем событии с “просьбой” присутствовать.

На выходе – авторитарное решение, отсутствие взаимодействия в команде, гаснущий энтузиазм и неминуемый провал всей идеи, как только закончится запал. Попытки склонить Петрова к нашему подходу были безуспешны. Специфика работы такая, что мы с этим никогда не столкнемся на этом проекте, а для общей осведомленности были бы благодарны и за полезные ссылки. А вот по другой теме мы бы с удовольствием прошлись и хотели бы посерьезнее.

Предложите свое решение: Что сделать, чтобы провести семинар по той теме, которая интересна коллективу? Как убедить руководителя изменить свое решение?

Тема 3. Процесс управления проектом.

Лекционные занятия 1.

Процесс управления проектом. Ключевые этапы процесса управления проектом и их взаимосвязь. Планирование целей. Построение структуры работ. Построение схемы организации. Разработка графика.

Практические занятия 2.

Процесс управления проектом. Практическое занятие проводится в интерактивной форме с использованием командного метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации, лидерских качеств и принятия решений.

Данные занятия проводятся в форме творческого задания в малых группах.

В группах по 3-4 человека выполнить следующее задание:

Представьте, что Вы - профессиональный менеджер следующего проекта:

1) Производство корпоративного фильма для СИБИТа, который должен повышать имидж института. На реализацию этого проекта Вам будет предоставлено 3 месяца.

2) Организация межвузовской конференции по бизнесу на базе СИБИТа с широким освещением этого события в СМИ. Срок реализации проекта – 4 мес.

3) Создание городской студенческой организации, занимающейся социальными проектами, и проведение 1 мероприятия – антиалкогольной пропаганды среди школ города Омска. Срок – 6 месяцев.

4) Организация актерского кружка среди студентов СИБИТа и постановка 1 спектакля. Срок – 3 месяца.

Необходимо:

- сформулировать цель проекта и обосновать ее значимость;
- провести декомпозицию работ (не менее 10 этапов);
- построить структурную схему организации проекта;
- построить сетевой график проекта (учитывая необходимость «вписаться» в оговоренные сроки);
- представить и защитить свой проект на семинарском занятии.

Тема 4. Практические рекомендации при запуске, реализации и завершении проекта.

Лекционные занятия 1.

Практические рекомендации при запуске, реализации и завершении проекта. Правила подготовки к «пусковому» собранию команды. Повестка собрания.

Подготовка отчета о состоянии работы и порядок внесения изменений в проект. Оценка результатов и правила передачи продукта заказчику.

Практические занятия 2.

Практические рекомендации при запуске, реализации и завершении проекта. Практическое занятие проводится в интерактивной форме с использованием командного метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации, лидерских качеств и принятия решений.

Данное занятие проводится в интерактивной форме работы в малых группах.

Задание:

Для проекта (который был распределен преподавателем) подготовиться к запуску проекта:

- 1) Разработать чартер проекта.
- 2) Продумать особенности проведения «пускового» собрания. Рассмотреть несколько вариантов размещения участников, выделив их преимущества и недостатки:

Выделить зоны конфликта и зоны сотрудничества между участниками. Выбрать оптимальный вариант.

Тема 5. Управление качеством проекта.

Практические занятия 1.

Управление качеством проекта. Постройте таблицу «дом качества» для товара А. Оценки силы связи между потребительскими и инженерными характеристиками проставьте самостоятельно, пояснив под таблицей, каждую из проставленных оценок. Также оцените самостоятельно и поясните отдельно корреляцию («крышу дома качества») между различными инженерными характеристиками.

После построения таблицы сделайте вывод о том, что нужно предпринять организации, чтобы победить в конкурентной борьбе при имеющихся производственных и технических возможностях.

Лекционные занятия 2.

Управление качеством проекта. Процессы управления качеством проекта. Модель «петли качества», модель «дом качества». Инструменты контроля качества продукта проекта

Тема 6. Управление стоимостью проекта.

Лекционные занятия 1.

Управление стоимостью проекта. Понятие и структура бюджета. Бюджетирование проекта. Статьи расходов и доходов проекта. Анализ исполнения бюджета проекта.

Практические занятия 2.

Управление стоимостью проекта. Вопросы для обсуждения. 1. Что такое бюджет проекта, какую структуру он имеет.

2. Раскройте значение составлению бюджета для проекта.
3. Предложите алгоритм разработки бюджета проекта.

Тема 7. Управление рисками проекта.

Лекционные занятия 1.

Управление рисками проекта. Основные понятия риск-менеджмента. Идентификация и методы расчета рисков. Особенности рассмотрения рисков при принятии решений.

Практические занятия 2.

Управление рисками проекта. Задание: представьте, что Вы решили запустить в г. Омске в работу новое производственное предприятие по пошиву вечерней мужской и женской одежды. Численность персонала – 50 человек. Нужно выявить существующие риски, оценить вероятность их наступления и предложить мероприятия по управлению данных рисков.

Оценка вероятности наступления риска проводится экспертным методом (Вы выступаете в качестве экспертов).

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Виды и организация самостоятельной работы обучающихся

В процессе изучения учебной дисциплины следует:

1. Ознакомиться с рабочей программой дисциплины. Рабочая программа содержит перечень разделов и тем, которые необходимо изучить, планы лекционных и семинарских занятий, вопросы к текущей и промежуточной аттестации, перечень основной, дополнительной литературы и ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет» и т.д.

2. Ознакомиться с календарно-тематическим планом самостоятельной работы обучающихся.

3. Посещать теоретические (лекционные) и практические (семинарские) занятия, лабораторные работы.

4. При подготовке к практическим (семинарским) занятиям, а также при выполнении самостоятельной работы следует использовать методические указания для обучающихся.

Учебный план курса предполагает в основе изучения дисциплины использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение – практические занятия.

Кроме традиционных лекций и практических занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения:

- 1) беседы и дискуссии;
- 2) кейсы и практические ситуации;
- 3) индивидуальные творческие задания;
- 4) творческие задания в группах;
- 5) практические работы.

На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики организации дисциплины и т.д.

Практические занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов дисциплины. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков самостоятельного анализа инструментов и механизмов дисциплины, умение работать с научной литературой.

Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине. Она изучается студентами в процессе подготовки к практическим занятиям, экзамену. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям.

При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

Тема, раздел	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
1. Сущность и классификация проектов. Цели и жизненный цикл проекта.	10	12	15	<p>Ответы на задания предоставляются в письменном виде.</p> <p>1) В чем состоит основное отличие проектной деятельности от производственной? Приведите 3 основные характеристики проекта.</p> <p>2) Приведите по 3 примера проектной и производственной деятельности.</p> <p>3) Что означает ограниченность проекта по времени, опишите своими словами.</p> <p>4) Проанализируйте, какие причины могли бы стать основой для начала нового проекта в:</p> <ul style="list-style-type: none"> - автомобилестроительной организации; - омской кондитерской фабрики; - институте бизнеса; - социальной сфере РФ. 	письменная работа
2. Менеджер и команда проекта.	14	18	24	<p>Ответы на задание представить в письменном виде.</p> <p>1. Назовите основные характеристики команды проекта.</p> <p>2. Перечислите обязанности проджект-менеджера на каждом этапе развития команды.</p> <p>3. Перечислите основные документы планирования персонала проекта.</p> <p>4. Что такое матрица ответственности?</p>	Письменная работа
3. Процесс управления проектом.	15	19	25	<p>Ответы на задание представить в письменном виде.</p> <p>1. Основы теории и практики управления проектами.</p> <p>2. Цели и критерии качества управления проектами</p> <p>3. Источники информации для принятия решений по управлению проектами</p>	Письменное задание

<p>4. Практические рекомендации при запуске, реализации и завершении проекта.</p>	<p>10</p>	<p>13</p>	<p>17</p>	<p>Ответы на задание представить в письменном виде. Данное занятие проводится в форме решения практического кейса: Кейс «Честный лайк» Интернет-агентство Registratura.ru появилось в 1998 году, и название отражает основной вид деятельности, которым компания тогда занималась изначально,- регистрация доменов. Позже одним из первых агентство начало продавать контекстную рекламу на ведущих поисковых системах и сейчас является одним из лидеров рынка. В 2011 году оборот компании составил около 170 млн. руб. и почти на 100% превысил показатели предыдущего года. Работает в Registratura.ru 40 человек. На данный момент продажи контекстной рекламы приносят компании до 70% прибыли, но в интернете все меняется очень быстро. В середине 2010 года агентство запустило новое направление – SMM (Social Media Marketing). «SMM занимается управлением общественным мнением в интернете, в первую очередь,</p>	<p>письменное задание</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------	-----------	-----------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------

			<p>в социальных сетях. В западных странах давно оценили пользу и эффективность SMM, в этой сфере крутятся немалые деньги. В России мы пока стоим у истоков рынка, но уже к концу 2012 года все может измениться. Чтобы стать лидером, надо действовать уже сейчас», - говорит руководитель направления SMM Registratura.ru Артем Ельцов.</p> <p>Термин SMM появился примерно в 2006 году, и, по словам Ельцова, сейчас западный рынок может похвастаться кейсами, доказывающими эффективность работы в social media, а также приличными бюджетами, которые выделяются на SMM. В России яркие убедительные примеры можно найти только в сфере вирусного маркетинга. «Этот вид продвижения в онлайн логично воспринимать как часть SMM, но развиваться он начал раньше, и отношение к нему более уважительное. Во всяком случае, стоимость вирусной рекламной кампании 500 тыс. руб. клиентов не пугает»,- объясняет Артем. Но даже бле-стящий рекламный ролик надо еще «посеять» в социальных сетях. «Вирусный маркетинг, работа в социальных сетях, работа на форумах - три главных кита SMM»,- продолжает Ельцов.</p> <p>Как это часто происходит в интернете, первыми новые инструменты осваивают наиболее мобильные люди - одиночки-фрилансеры, позже их вытесняют маленькие компании и серьезные игроки. Так было с SEO, контекстной рекламой, так происходит и с SMM.</p> <p>Сложившегося рынка услуг по работе в сетях и на форумах, по мнению Ельцова, в России пока нет. «Серый» сектор, по его оценкам, составляет до 50% рынка.</p> <p>Фрилансеры предоставляют дешевые и часто сомнительные услуги. Например, на хакерских форумах можно купить базу</p>	
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>данных пользователей сети «В контакте» и программы, позволяющие включать этих пользователей в коммерческие группы без их согласия. Исполнитель начинает вести от лица компании-заказчика группу, она быстро набирает десятки тысяч человек. Но до 90% ее членов составляют так называемые боты - пользователи-роботы, которые не купят ни товар, ни услугу. Оставшуюся половину рынка делят между собой международные сетевые медиаагентства, а также около десяти российских игроков, в числе которых Registratura.ru. «На долю первых приходится львиная доля рынка в денежном выражении, они забирают клиентов, которые привыкли с ними сотрудничать по рекламе в традиционных медиа. Российские же агентства, которые серьезно занимаются SMM, пока мало кто знает. За исключением тех, кто создал себе репутацию на вирусном маркетинге», - говорит Ельцов.</p> <p>Полноценная и эффективная SMM-кампания может стоить 2–3 млн. руб. Однако наличие «серого» рынка приучило многих потенциальных клиентов к тому, что от модной услуги не стоит ждать реальной пользы, но цена ее невысока. Так, в Registratura.ru часто обращаются компании с оборотом до 100 млн. руб. в год, но они хотят создать, условно говоря, группу «В контакте» за 10 тыс. руб. в месяц. Переубедить клиентов, что продвижение в social media могло бы стать эффективным инструментом, менеджерам компании непросто. «Стоимость контакта с целевой аудиторией в интернете растет и будет расти - в 2012 году, например, чтобы достучаться до людей, потребуется гораздо</p>	
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			<p>больше вложений, чем в 2011-м. Маркетинг в социальных медиа является относительно недорогим рекламным инструментом, он также позволяет уменьшить стоимость контакта с аудиторией в интернете в целом. При этом чем профессиональнее и качественнее, а следовательно, до-роже SMM, тем дешевле будет стоимость контакта», - убежден Ельцов.</p> <p>По его словам, уже проведенные Registratura.ru SMM-кампании позволили заказчикам поднять продажи на 15–20% при примерном бюджете в 200 тыс. руб. в месяц. «Максимальный эффект был достигнут на третьем месяце. Потом рост продаж замедляется, но все равно он есть, поскольку в сетях постоянно появляются новые пользователи. Если SMM прекратить, продажи постепенно пойдут на спад. Если же бюджет увеличить, захватив новые социальные сети, можно опять существенно поднять обороты», - объясняет Артем.</p> <p>По опыту руководителя направления, наибольшая отдача от SMM достигается при запуске бизнеса, на высококонкурентных рынках FMCG и в сфере услуг, а также при продвижении сложных товаров и товаров длительного спроса, которые требуют анализа информации. Заказчики SMM - это интернет -магазины разной направленности, офлайн-торговые сети, компании, предлагающие новые товары, например, средства для чистки кожи и т. д. «Для ряда товаров продвижение с помощью SMM выгоднее, чем офлайн-реклама», - говорит Ельцов. И приводит в пример одного из заказчиков - западную компанию, продвигающую оботы-пылесосы. На рекламную кампанию в гляцевых журналах она потратила \$300 тыс., на SMM-\$10 тыс., а в итоге обнаружила, что наибольший эффект получила</p>	
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>от social media.</p> <p>Один из SMM-продуктов, которые предлагает Registratura.ru, - управление репутацией, и здесь можно измерить эффект от кампании. «С помощью специальных программ мы мониторим сети, анализируя не только количество упоминаний компании, но и их эмоциональную окраску. Перед началом и по окончании проекта мы строим диаграмму, которая показывает процент положительных, отрицательных и нейтральных отзывов», - рассказывает Ельцов.</p> <p>В то же время руководитель направления подчеркивает, что SMM не является панацеей. «Если продукт и услуга некачественные, мы можем поднять репутацию, но потом показатели быстро поползут вниз. Эффект будет даже хуже, чем до начала кампании. Да-же плохой call-центр заказчика может все испортить», - говорит он.</p> <p>Большинство клиентов Registratura.ru уже имели опыт работы с фрилансерами. «Это нетрудно заметить. Например, у заказчика есть довольно большая группа во «В контакте», но постов нет или очень мало «комментов», «перепостов» и «лайков». Коэффициент CTR (соотношение числа кликов к числу показов) для текстовых ссылок достаточно высок и может достигать 40%. Не все пользователи активно реагируют на сообщение, но от 100 живых людей можно ожидать хотя бы одного «лайка», - рассуждает Ельцов.</p> <p>Чтобы добиться интереса реальных пользователей, нужна креативная стратегия и слаженная работа команды людей по единому ТЗ.</p>	
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>Осуществить это, по мнению Артема, можно только со штатными сотрудниками. В SMM-отделе Registratura.ru работают девять человек: руководитель отдела, менеджер по продажам, менеджер по работе с клиентами (account-менеджер) и шесть сотрудников, которые непосредственно занимаются распространением информации в Сети - их называют «постерами». Такой штат обходится недешево: зарплата только одного «постера» - 30–35 тыс. руб. в месяц, а вместе со стоимостью рабочего места и налогами затраты на него составляют около 80 тыс. руб. в месяц. Месячная «себестоимость» отдела - примерно 800 тыс. руб., и эти вложения надо окупать. «Заложённая операционная прибыль SMM-проектов составляет около 40%. На Западе же компании зарабатывают на SMM не меньше 80%», - поясняет Ельцов.</p> <p>В Registratura.ru подсчитали, что для ведения одного проекта условно необходимы трудозатраты двух-трех «постеров» и account- менеджера. Часть полученных средств пойдёт на зарплату руководителя отдела и проценты менеджеру по продажам. Кроме того, во многих случаях работу в социальных сетях необходимо поддерживать тизерной рекламой - деньги уходят и на ее оплату. Произведя расчеты, Ельцов пришел к выводу, что минимальная стоимость SMM -проекта, за который имеет смысл браться, составляет не менее 200 тыс. руб. в месяц.</p> <p>«Я анализировал стоимость предложений на сайтах наших конкурентов - серьезных российских компаний, которые занимаются social media. Порядок цен у них примерно тот же. Сетевые агентства цены до</p>	
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			<p>переговоров не раскрывают, но, думаю, они у них гораздо выше», - говорит Артем.</p> <p>На данный момент у SMM-отдела Registratura.ru на годовом абонентском обслуживании состоят четыре крупных заказчика с бюджетом от 500 тыс. руб. в месяц. Заключены несколько договоров на проекты сроком от двух месяцев до полугода с бюджетом около 200 тыс. руб. При этом «мощности» команды пока недозагружены, а цель Ельцова - увеличить выручку отдела в три раза и получить к концу 2012 года прибыль 24 млн. руб. По словам Ельцова, существующие заказчики результатами довольны, отказываться от услуг компании не намерены. Но ему нужны новые клиенты.</p> <p>Наиболее интересная для Registratura.ru аудитория - крупные компании, на них сотрудники выходят, в том числе, и с помощью «холодных» звонков. Но многие относятся к SMM скептически: из 20 встреч только пять приводят к просьбе разработать коммерческое предложение, но это еще не значит, что сделка состоится.</p> <p>Параллельно в компанию обращаются клиенты, готовые заказать SMM-кампанию с бюджетом до 50 тыс. руб., а на вопрос, какова ее цель, часто не могут ответить. С крупными клиентами менеджеры готовы возиться по полной программе, но процесс «обучения» мелких заказчиков требует, по мнению Ельцова, затрат, несопоставимых с полученным результатом.</p> <p>Проводить же малобюджетную рекламную кампанию силами штатных сотрудников невыгодно. «Мы думали над тем, чтобы выполнять недорогие проекты силами тех же самых фрилансеров по заранее разработанному плану и под руководством штатного</p>	
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>сотрудника, который мог бы координировать работу до десяти исполнителей. Но каждый проект индивидуален, очень много ресурсов нашей команды уходит на разработку стратегии, креатив, который стоит дороже всего», - говорит Ельцов. Прибыльность малобюджетной кампании оказывается очень низкой, но больше всего Ельцова беспокоит то, что, привлекая сторонних исполнителей, он не сможет до конца проконтролировать их работу и обеспечить нужное качество.</p> <p>В то же время аудитория заказчиков, согласных на малобюджетные проекты, многочисленна, среди них есть и серьезные компании. «Стоимость услуги, возможно, пугает больше психологически - такие суммы компании готовы тратить на контекстную рекламу или продвижение в офлайне. За social media просто принято платить на порядок меньше», - говорит Артем.</p> <p>Как правильно действовать руководителю отдела SMM? Какую эффективную стратегию развития отдела ему выбрать? Стоит ли сосредоточить свои усилия на федеральных и международных компаниях (вступив при этом в конкуренцию с сетевыми медиаагентствами) и отказаться от остальной аудитории? Возможно, Registratura.ru стоит запустить PR-кампанию, объединившись с другими игроками на рынке social</p>	
5. Управление качеством проекта.	8	10	13	<p>Ответы на задания представить в письменном виде.</p> <p>1) Опишите суть, цель, задачи и значение контроля качества проекта.</p> <p>2) Перечислите методы контроля качества продукта проекта.</p> <p>3) В чем состоит суть метода контроля качества стратификация?</p>	письменное задание

				<p>4) Раскройте суть метода контроля качества диаграмму разброса (поле корреляции).</p> <p>5) Что такое контрольный листок, изобразите его основные элементы.</p> <p>6) Поясните, как строится Диаграмма Исикавы, изобразите ее на доске.</p>	
6. Управление стоимостью проекта.	8	10	13	<p>Ответы на задания представить в письменном виде.</p> <p>1. Что такое точка безубыточности проекта? Раскройте не менее 3 способов нахождения точки безубыточности проекта.</p> <p>2. Порассуждайте на тему того, как можно увеличить доходы проекта? А снизить расходы?</p>	письменное задание
7. Управление рисками проекта.	12	13	17	<p>Ответы на задание представить в письменном виде.</p> <p>1. Опишите методы, используемые для диагностики рисков.</p> <p>2. Раскройте сущность качественного и количественного анализа риска.</p> <p>3. Как можно рассчитать риск, любой ли тип риска подвержен расчету?</p> <p>4. Какой риск можно назвать приемлемым? Что такое карта риска?</p> <p>5. Что должен содержать в себе внутренний отчет по рискам?</p> <p>6. Раскройте суть мероприятий по управлению рисками.</p>	письменная работа
ИТОГО	77	98	128		

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся отражено в п.7 рабочей программы дисциплины «Управление проектом».

6. КОМПЛЕКТЫ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Освоение дисциплины направлено на формирование:
общепрофессиональных компетенций

ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Данные компетенции формируются в процессе изучения дисциплины на двух этапах:
 этап 1 – текущий контроль;
 этап 2 – промежуточная аттестация.

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

Оценка компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания и технологической картой дисциплины (Приложение 1), принятыми в Институте.

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего контроля

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	1. Посещение занятий: а) посещение лекционных и практических занятий, б) соблюдение дисциплины. 2. Работа на лекционных занятиях: а) ведение конспекта лекций, б) уровень освоения теоретического материала, в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору. 3. Работа на практических занятиях: а) уровень знания учебно-программного материала, б) умение выполнять задания, предусмотренные программой курса, в) практические навыки работы с освоенным материалом.	0-35
2	Письменное задание	1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. 2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме письменного задания; б) соответствие содержания теме и плану письменного задания; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; д) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).	0-25

		<p>3. Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).</p> <p>4. Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму письменного задания.</p>	
3	Практическое задание	<p>1. Анализ проблемы: а) умение верно, комплексно и в соответствии с действительностью выделить причины возникновения проблемы, описанной в практическом задании.</p> <p>2. Структурирование проблем: а) насколько четко, логично, последовательно были изложены проблемы, участники проблемы, последствия проблемы, риски для объекта.</p> <p>3. Предложение стратегических альтернатив: а) количество вариантов решения проблемы, б) умение связать теорию с практикой при решении проблем.</p> <p>4. Обоснование решения: а) насколько аргументирована позиция относительно предложенного решения практического задания; б) уровень владения профессиональной терминологией.</p> <p>5. Логичность изложения материала: а) насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, б) насколько предложенный план может быть реализован в текущих условиях.</p>	0-50

6.2.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Управление проектом» могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Оценка знаний студентов осуществляется в соответствии с Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в Институте, и технологической картой дисциплины

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Итоговая работа	Количество баллов за тест пропорционально количеству правильных ответов на тестовые задания. После прохождения теста суммируются результаты выполнения всех заданий для выставления общей оценки за тест.	0-25

6.3. 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

6.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы на этапе текущего контроля

Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия) (формируемые компетенции ОПК-4).

При преподавании дисциплины применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;
- лекции с разбором практических ситуаций.

Семинарские занятия по дисциплине ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

- 1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
- 2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения);

На семинарских занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса.

Письменное задание

(формируемые компетенции ОПК-4)

К выполнению каждого задания следует приступать только после изучения соответствующей литературы и разбора решения типовых задач. При этом следует руководствоваться следующими указаниями:

Работы следует выполнять в отдельном файле MS Word. На титульном листе должны быть указаны фамилия и инициалы студента, специальность, курс. Решения всех задач и пояснения к ним должны быть достаточно подробными. При необходимости следует делать соответствующие ссылки на вопросы теории с указанием формул, теорем, выводов, которые используются при решении данной задачи. Все вычисления (в том числе и вспомогательные) необходимо делать полностью. Чертежи и графики должны быть выполнены либо в специальной программе, либо вручную на бумаге (отсканированы, сфотографированы), и вставлены в документ в виде рисунков. Для замечаний преподавателя необходимо на каждой странице оставлять поля шириной 3 – 4 см.

Практические задания и критерии их оценки представлены в Приложении 2.

Практическое задание

(формируемые компетенции ОПК-4)

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами кейса являются:

- титульный лист;

- основная часть;

- заключение;

- список использованных источников;

- приложения Практическое задание – одна из форм проверки и оценки усвоенных знаний,

получения информации о характере познавательной деятельности, уровне самостоятельности и активности обучающихся в учебном процессе, об эффективности методов, форм и способов учебной деятельности.

Цель практического задания - углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами во время лекционных и практических занятий; выработка у студентов навыков самостоятельного применения теории, привлечения дополнительных данных, анализа практических данных, оценки и проверки правильности решения; закрепление навыков расчета с применением вычислительной техники, привлечения справочно-реферативной литературы.

Выполнение практического задания направлено на привитие навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой, выработку аналитического мышления при изучении и решении поставленных вопросов и задач.

Содержание практических заданий, критерии оценивания приведены в Приложении 3.

6.3.2. Типовые контрольные задания или иные материалы на этапе промежуточной аттестации (формируемые компетенции ОПК-4) Тесты по дисциплине в Приложении 4

Вопросы к зачету

1. Понятие и сущность проекта
2. Классификация проектов
3. Методологические аспекты управления проектами
4. Формирование замысла (идеи) проекта
5. Разработка концепции проекта.
6. Процесс целеполагания. Построение «Дерева целей» проекта
7. Планирование необходимых ресурсов
8. Смета проекта
9. Основные требования к проектам. Обеспечение качества проекта.
10. Бизнес-план инвестиционного проекта.
11. Цели, назначение и виды планов в управлении проектами.
12. Жизненный цикл проекта
13. Структуризация проектов
14. Функции и подсистемы управления проектами
15. Методы управления проектами
16. Организационные структуры управления проектами
17. Участники проектной команды.
18. Контроль и регулирование в управлении проектами.

19. Технология управления изменениями.
 20. Выбор руководителя проекта
 21. Социально-психологические аспекты эффективного управления проектом
 22. Основные этапы развития проектной группы
 23. Управление коммуникациями проекта
 24. Завершение и оценка проекта
 25. Отбор рабочей группы для проекта
 26. Риски в проектном управлении
 27. Организация подрядных торгов
 28. Правовые аспекты управления проектами
- Оцените ситуацию, Обоснуйте свой вывод.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по дисциплине «Управление проектом» основана на использовании Положения о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в институте, и технологической карты дисциплины.

№ п/п	Показатели оценивания	Шкала оценивания
Текущий контроль		
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	0-35
2	Письменное задание (реферат)	0-25
3	Практическое задание (кейс)	0-50
<i>Итого текущий контроль</i>		75
Промежуточная аттестация		
4	Итоговая работа	25
<i>Итого промежуточная аттестация</i>		25
ИТОГО по дисциплине		100

Максимальное количество баллов по дисциплине – 100.

Максимальное количество баллов по результатам текущего контроля – 75.

Максимальное количество баллов на экзамене – 25.

Уровень подготовленности обучающегося соответствует трехуровневой оценке компетенций в зависимости от набранного количества баллов по дисциплине.

	Уровень овладения		
	Пороговый уровень	Продвинутый уровень	Превосходный уровень
Набранные баллы	50-69	70-85	86-100

Шкала итоговых оценок успеваемости по дисциплине «Управление проектом» соответствует Положению о балльной и рейтинговой системах оценивания и отражена в технологической карте дисциплины.

Зачёт

Количество баллов	Оценка
50-100	зачтено
0-49	не зачтено

Экзамен

Количество баллов	Оценка
86-100	отлично
70-85	хорошо
50-69	удовлетворительно
0-49	неудовлетворительно

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Крумина, К. В. Управление проектами : учебное пособие : [16+] / К. В. Крумина, С. Г. Полковникова ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 118 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683233>
2. Беликова, И. П. Основы управления проектами : учебное пособие : [16+] / И. П. Беликова, О. Н. Федиско; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2020. – 112 с.: ил. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614085>

Дополнительная литература:

1. Сушкова Т. А. Бизнес-планирование на предприятиях сферы обслуживания [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2018. - 187 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601610>
2. Голов Р. С., Балдин К. В., Передеряев И. И., Рукосуев А. В. Инвестиционное проектирование [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 366 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573303>
5. Левушкина С. В. Управление проектами [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. - 204 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484988>
6. Башкирцев А. В., Салихова Л. Ш., Авилова В. В., Парфирьева Е. Н. Бизнес- планирование на предприятии [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2017. - 160 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500494>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные ресурсы образовательной организации:

1. <http://www.sibit.sano.ru/> - официальный сайт образовательной организации.
2. <http://do.sano.ru> - система дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle).
3. <http://www.gov.ru> - Федеральные органы власти.
4. <http://www.suprcourt.ru> - Сайт Верховного Суда РФ.
5. <http://www.duma.gov.ru> - Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ.
6. <http://www.rsl.ru> - Российская государственная библиотека (бывшая им. В.И. Ленина).
7. <http://www.hr-portal.ru> - Сообщество HR-менеджеров.
8. <http://www.garant.ru/> - Справочная правовая система «Гарант».

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное освоение теоретического материала по дисциплине требует самостоятельной работы, нацеленной на усвоение лекционного теоретического материала, расширение и конкретизацию знаний по разнообразным вопросам дисциплины. Самостоятельная работа студентов предусматривает следующие виды:

1. Аудиторная самостоятельная работа студентов – выполнение на семинарских занятиях заданий, закрепляющих полученные теоретические знания либо расширяющие их, а также выполнение разнообразных контрольных заданий индивидуального или группового характера (подготовка устных докладов или сообщений о результатах выполнения заданий, выполнение самостоятельных проверочных работ по итогам изучения отдельных вопросов и тем дисциплины);

2. Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – подготовка к лекционным и семинарским занятиям, повторение и закрепление ранее изученного теоретического материала, конспектирование учебных пособий и периодических изданий, изучение проблем, не выносимых на лекции, выполнение практических заданий, подготовка к экзамену.

Большое значение в преподавании дисциплины отводится самостоятельному поиску студентами информации по отдельным теоретическим и практическим вопросам и проблемам.

При планировании и организации времени для изучения дисциплины необходимо руководствоваться п. 4.1.1 или 4.1.2 рабочей программы дисциплины и обеспечить последовательное освоение теоретического материала по отдельным вопросам и темам.

Наиболее целесообразен следующий порядок изучения теоретических вопросов по дисциплине:

1. Изучение справочников (словарей, энциклопедий) с целью выяснения значения основных терминов, понятий, определений;

2. Изучение учебно-методических материалов для лекционных и семинарских занятий;

3. Изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы и электронных информационных источников;

4. Изучение дополнительной литературы и электронных информационных источников, определенных в результате самостоятельного поиска информации;

5. Самостоятельная проверка степени усвоения знаний по контрольным вопросам и/или заданиям;

6. Повторное и дополнительное (углубленное) изучение рассмотренного вопроса (при необходимости).

В процессе самостоятельной работы над учебным материалом рекомендуется составить конспект, где кратко записать основные положения изучаемой темы. Переходить к следующему разделу можно после того, когда предшествующий материал понят и усвоен. В затруднительных случаях, встречающихся при изучении курса, необходимо обратиться за консультацией к преподавателю.

При изучении дисциплины не рекомендуется использовать материалы, подготовленные неизвестными авторами, размещенные на неофициальных сайтах неделового содержания. Желательно, чтобы используемые библиографические источники были изданы в последние 3-5 лет. Студенты при выполнении самостоятельной работы могут воспользоваться учебно-методическими материалами по дисциплине, представленными в электронной библиотеке института, и предназначенными для подготовки к лекционным и семинарским занятиям.

Перечень основных учебно-методических материалов для лекционных и семинарских занятий представлен в п. 7. рабочей программы дисциплины.

Контроль аудиторной самостоятельной работы осуществляется в форме дискуссии и круглых столов, собеседования. Контроль внеаудиторной самостоятельной работы студентов осуществляется в форме устного или письменного опроса.

Промежуточный контроль знаний в форме зачета осуществляется посредством подготовки к зачету и тестовым заданиям.

10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

При подготовке и проведении учебных занятий по дисциплине студентами и преподавателями используются следующие современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (договор № 109-08/2021 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям базовой коллекции ЭБС «Университетская библиотека онлайн» от 01 сентября 2021 г. (<http://www.biblioclub.ru>).

2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (договор № С 2-08-20 о поставке научно-технической продукции – Системы Автоматизации Библиотек ИРБИС64 – от 19 августа 2020 г., в состав которой входит База данных электронного каталога библиотеки СИБИТ Web-ИРБИС 64 (<http://lib.sano.ru>).

3. справочно-правовая система КонсультантПлюс (дополнительное соглашение №1 к договору № 11/01-09 от 01.09.2009).

4. Электронная справочная система ГИС Омск.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
Мультимедийная учебная аудитория № 102. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации	Учебная мебель (17 столов, 42 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 2шт.). Программное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 (32) Professional Russian. ID продукта 00261-80356-95595-AA367 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Skype, версия 8.65 (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.

<p>Мультимедийная учебная аудитория № 210. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (36 столов, 74 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 5шт.) Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель) Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 211. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (27 столов, 54 стула, маркерная доска, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 5шт.) Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Учебная аудитория № 301. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Учебная аудитория № 302. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Учебная аудитория № 303. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (15 столов, 30 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 304. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (22 стола, 44 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 домашняя для одного языка, ID продукта: 00327-30584-64564- ААОЕМ; (коммерческая лицензия, иностранный производитель) Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01 -09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Лаборатория экономических дисциплин № 306. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (23 стола, 53 стула, доска маркерная, доска информационная, трибуна, стеллаж металлический - 5 шт.). Персональные компьютеры (5 шт.), проектор, экран, принтер. Стойка кассира, рабочее место операциониста, рабочее место кредитного менеджера, рабочее место контролёра Сберегательного банка. Специализированное банковское оборудование: счетчики, сортировщик банкнот: Cassida MSD-1000, Numeron; Kisan NEWTON; Magner 175 F, Magner 150 digital, Demon EV 8650; упаковщик Impulse sealer с клише; детекторы подлинности банкнот: Ультрамаг 225 СЛ; DORS 1000, DORS 200, DORS 1300; счетчик монет: Scan Coin 303. - Лупа Vildis 10x; печати, штампы, пломбиратор, мешки для упаковки монеты; наборы демонстрационного оборудования; учебно-наглядные пособия; тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security – Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 1С 8.2 АБС "Управление кредитной организацией", Договор № 043/03/016/001 от 3.10.2016 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Лаборатория социально-гуманитарных дисциплин № 307. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации.</p>	<p>Учебная мебель (26 столов, 52 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 Professional Russian, Number License: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия,</p>

	<p>иностранного производителя); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранного производителя); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security – Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Лаборатория управленческих дисциплин № 309. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (21 стол, 42 стула, доска маркерная, трибуна, стеллаж, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows 8 Professional Russian, Number License: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранного производителя); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранного производителя); Consultant Plus (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader(свободно распространяемое ПО, иностранного производителя); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель); 2GIS (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель).</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 312. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (50 столов, 100 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя); Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Microsoft Windows XP Professional Russian, Number License: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранного производителя); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранного производителя); Consultant Plus - Договор</p>

	<p>11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware; Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель) Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 422. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (18 столов, 36 стульев, доска маркерная, трибуна, шкаф, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (интерактивная доска, компьютер с выходом в интернет, 2 аудиокolonки). Программное обеспечение: Microsoft Windows 8 Professional Russian, Number License: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2007 Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01 -09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Аудитория № 420. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - компьютерного оборудования и хранения элементов мультимедийных лабораторий</p>	<p>Мебель (4 стола, 4 стула, стеллажи), 4 персональных компьютера для системного администратора, ведущего специалиста информационного отдела, инженера-электронщика, 10 серверов. Паяльная станция, стеллаж, 15 планшетных компьютеров, наушники для лингафонного кабинета, запасные части для компьютерного оборудования.</p>
<p>Аудитория № 003. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p>	<p>Станок для сверления, угловая шлифовальная машина, наборы слесарных инструментов для обслуживания учебного оборудования, запасные части для столов и стульев. Стеллаж, материалы для сопровождения учебного процесса.</p>

<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 305. помещение для самостоятельной работы обучающихся, научно-исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (10 столов одноместных, 3 круглых стола, 27 стульев, доска маркерная, доска информационная, трибуна, стеллаж - 2 шт., стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института, колонки - 2 шт.). Ноутбук DELL - 8 шт. Ноутбук HP - 2 шт. Персональный компьютер - 1 шт. СПС «Консультант Плюс».</p>
	<p>Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 Pro Russian, Number License: 69201334 OPEN 99384269ZZE1912 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office 2016 standart Win64 Russian, Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); Adobe Acrobat Reader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security – Russian Edition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware. (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>

<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 413. библиотека (читальный зал), помещение для самостоятельной работы обучающихся, научно-исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (9 столов, 23 стула, мягкая зона). Персональные компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института - 6 шт. Программное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 Pro Russian, Number License: 63726920 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Windows 10 Pro Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian, Number License 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Microsoft Office Standart 2019 Number License 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); Consultant Plus (коммерческая лицензия, отечественный производитель); Adobe Acrobat Reader (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Kaspersky Endpoint Security - Russian Edition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947(коммерческая лицензия, отечественный производитель); 2GIS (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие комплекты лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Наименование	Основание	Описание
2GIS	Freeware	Электронная справочная система ГИС Омск
Consultant Plus	Доп.соглашение №1 к договору № 11/01-09 от 01.09.2009	ЭСС Консультант+
Microsoft Office Professional Plus 2013	Open License 62668528	Пакет электронных редакторов
Microsoft Office Standard 2016	Open License 66020759	Пакет электронных редакторов
Microsoft Office Standard 2007	Open License 42024141	Пакет электронных редакторов
Microsoft Office Standard 2013	Open License 637269920	Пакет электронных редакторов
Microsoft Project 2010	Акт № ГАРТ0006235 от 25.04.2012 г	Пакет электронных редакторов

Microsoft Access 2016	Open License	ПО для создания и администрирования баз данных
-----------------------	--------------	------------------------------------------------

12. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивиду

- уальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены вузом или могут использоваться собственные технические средства. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий текущего контроля. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Управление проектом
Количество зачетных единиц	4
Форма промежуточной аттестации	Зачет

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
Текущий контроль			
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)		
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	
3	Выполнение практического задания (кейс)	Письменная работа	
Промежуточная аттестация			
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	
Итого по дисциплине:			100

«___» _____ 20__ г.

Преподаватель _____ / _____
 (уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя) Подпись

**Письменное задание.
Максимальный балл –30**

К выполнению каждого задания следует приступать только после изучения соответствующей литературы и разбора решения типовых задач. При этом следует руководствоваться следующими указаниями:

Работы следует выполнять в отдельном файле MS Word. На титульном листе должны быть указаны фамилия и инициалы студента, специальность, курс. Для замечаний преподавателя необходимо на каждой странице оставлять поля шириной 3 – 4 см.

Цели и задачи реферата.

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы.

В процессе выполнения работы решаются следующие *задачи*:

1. Формирование информационной базы:
 - анализ точек зрения зарубежных и отечественных специалистов в области дисциплины;
 - конспектирование и реферирование первоисточников в качестве базы для сравнения, противопоставления, обобщения;
 - анализ и обоснование степени изученности исследуемой проблемы;
 - подготовка библиографического списка исследования.
2. Формулировка актуальности темы:
 - отражение степени важности исследуемой проблемы в современной теории и практике;
 - выявление соответствия задачам теории и практики, решаемым в настоящее время;
 - определение места выбранной для исследования проблемы в дисциплине.
3. Формулировка цели и задач работы:
 - изложение того, какой конечный результат предполагается получить при проведении теоретического исследования;
 - четкая формулировка цели и разделение процесса ее достижения на этапы;
 - выявление особенностей решения задач (*задачи* - это те действия, которые необходимо предпринять для достижения поставленной в работе цели).

В результате написания *реферата* обучающийся изучает и анализирует информационную базу с целью установления теоретических зависимостей, формулирует понятийный аппарат, определяет актуальность, цель и задачи работы.

Обязательными составляющими элементами *реферата* являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументировано и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; описание применяемых методов, инструментов, методик, процедур в рамках темы исследования; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования и т.д..
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице:

Первая буква фамилии студента	№ темы реферата
А	1.
Б	2.
В	3.
Г	4.
Д	5.
Е, Ё	6.
Ж	7.
З	8.
И	9.
К	10.
Л	11.
М	12.
Н	13.
О	14.
П	15.
Р	16.
С	17.
Т	18.
У	19.
Ф	20.
Х	21.
Ц	22.
Ч	23.
Ш	24.
Щ	25.
Э	26.
Ю	27.
Я	28.

Примерная тематика рефератов:

1. Зарождение дисциплины «Управление проектами» в России и за рубежом.
2. Основные этапы и особенности развития управления проектами в России.
3. Управление проектами в XXI веке (современные подходы, стандарты, концепции).
4. Основные признаки проекта.
5. Проект, программа и портфель проектов: основные особенности, сходства и отличия.
6. Проекты - средства стратегического развития организации.
7. Жизненный цикл проекта: условность разбиения на фазы, основные характеристики жизненного цикла проекта
8. Окружение проекта (внутреннее, внешнее, ближнее, дальнее, связи между проектом и его окружением).
9. Участники проекта: основные группы участников, проблемы идентификации, типы воздействия на проект.
10. Организационные структуры проекта: основные особенности, сравнительная характеристика, проблемы управления проектами в рамках основных оргструктур.
11. Проектная деятельность и текущая оперативная работа: сравнительная характеристика работы функционального подразделения и проектной деятельности, скорость расходования средств в проектах и функциональных подразделениях.

12. Процессы проекта: краткая характеристика, отличие от классического цикла управления.
13. Активы организационного процесса и факторы внешней среды: классификация, их значимость при управлении проектами.
14. Характеристика процессов инициации.
15. Характеристика процессов планирования.
16. Характеристика процессов исполнения.
17. Характеристика процессов мониторинга и управления.
18. Характеристика завершающих процессов.
19. Управление интеграцией проекта - различные контексты понятия «интеграция».
20. Устав проекта: необходимость разработки документа, этапы разработки, основные аспекты данного документа.
21. Основные аспекты планирования проекта (дробление на этапы, оценка трудозатрат, модели жизненного цикла проекта и т.п.).
22. Общее управление изменениями - характеристика процесса, причины и виды изменений, этапы процесса.
23. Общая характеристика области знаний «Управление содержанием».
24. Иерархическая структура работ - характеристика процесса, матрица ответственности, этапы разработки ИСР.
25. Взаимосвязи операций проекта: способы описания, типы зависимостей операций в сетевом графике, опережения и задержки.
26. Оценка ресурсов и длительности операций, разработка расписания проекта: основные методы и результаты.
27. Управление стоимостью проекта: общая характеристика группы процессов, методы определения стоимости операций и проекта в целом.

Критерии оценивания:

30 балла.

- тема раскрыта полностью;
- работа выполнена самостоятельно (оригинальность текста 90%);
- имеются ссылки на литературу.

15 баллов:

- работа выполнена самостоятельно (оригинальность текста 70%);
- имеются ссылки на литературу.
- выполнено правильно больше половины задания;
- допущена ошибка, но студент владеет обязательными умениями по проверяемой теме.

0 баллов:

- выполнено правильно меньше 1/2 задачи;
- оригинальность текста меньше 70%;
- работа показала полное отсутствие у учащегося обязательных знаний и умений по проверяемой теме или значительная часть работы выполнена не самостоятельно.

Выполнение практического задания Максимальный балл – 50

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами *кейса* являются:

- титульный лист;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения

К выполнению каждого задания следует приступать только после изучения соответствующей литературы и разбора решения типовых задач. При этом следует руководствоваться следующими указаниями:

Работы следует выполнять в отдельном файле MS Word. На титульном листе должны быть указаны фамилия и инициалы студента, специальность, курс. Решения всех задач и пояснения к ним должны быть достаточно подробными. При необходимости следует делать соответствующие ссылки на вопросы теории с указанием формул, теорем, выводов, которые используются при решении данной задачи. Все вычисления (в том числе и вспомогательные) необходимо делать полностью. Чертежи и графики должны быть выполнены либо в специальной программе, либо вручную на бумаге (отсканированы, сфотографированы), и вставлены в документ в виде рисунков. Для замечаний преподавателя необходимо на каждой странице оставлять поля шириной 3 – 4 см.

Критерии оценивания:

50 балла.

- решены все ситуационные задания (3)
- студент отвечает на вопросы по теме в полном объеме с примерами.

25 баллов.

- решены все ситуационные задания (3)
- студент отвечает на вопросы по теме в неполном объеме и без примеров.

0 балла.

- выполнено правильно меньше 1/2 задачи;
работа показала полное отсутствие у учащегося обязательных знаний и умений по проверяемой теме или значительная часть работы выполнена не самостоятельно.

Задача 1. По таблице 1, в которой представлены «поводы» для возникновения проекта придумать по 3 примера к каждому из обозначенных пунктов.

Требование к примерам: они должны быть разнообразными: из разных сфер деятельности, разных масштабов, обязательно должно быть не менее 1 примера в каждой группе для Омского региона.

Таблица 1

«Поводы» для возникновения проекта

Поводы	Пример 1	Пример 2	Пример 3
требования рынка			
потребности бизнеса			
потребительский спрос			
технологический прогресс			
требования законодательства			
общественная потребность			

После разработки примеров, определите концепцию каждого проекта по схеме, представленной в таблице 2:

Концепция проекта

Идея проекта	Адресаты	Продукты	Результаты для адресатов	Результат проекта	Цель проекта

Задача 2. Данное занятие проводится в форме решения практических кейсов:

Кейс 1. Экстремальные читатели

Издательский дом (game)land издает журналы, предназначенные для людей 15-25 лет, занимающих активную жизненную позицию. Один из новых проектов издательства – выпуск линейки спортивных журналов, каждый из которых будет посвящен отдельному виду спорта.

Ваша команда состоит из трех человек, подкованных в вопросах спорта и имеющих контакты в этой среде. Она провела серьезное исследование на тему: с каких видов спорта стоит начать. Опросы показали, что наиболее востребован сноуборд, на втором месте – велосипеды. Именно им и будут посвящены первые два журнала, причем по последнему направлению (game)land планирует привлечь уже сформировавшуюся команду авторов. Также решено, что издательство будет активно использовать высококачественный лицензионный контент. Что неудивительно: на Западе массовая спорт-индустрия и пресса намного более развиты, существуют обширные фотобанки и т.д.

Основная задача журнала – отвечать потребностям «продвинутых» любителей: им необходимы советы по выбору оборудования, мест для катания и тому подобное.

Итак, перед вами встает задача запустить новый проект по запуску первого журнала на новые издания спортивной тематики. Первый журнал будет посвящен теме – сноуборд. Срок реализации проекта – 4 месяца.

Кейс 2. Развитие платных услуг

Ведомственная больница, являвшаяся ранее закрытым элитным медицинским учреждением, столкнулась с рядом серьезных проблем с персоналом. Раньше больнице не приходилось думать о кадровой проблеме, так как в ней работали лучшие специалисты. Сейчас же многие из них уходят в коммерческие лечебные учреждения и другие клиники, имеющие солидный имидж и предлагающие более высокую оплату труда. Не меньшую проблему представляет привлечение высококвалифицированного среднего медицинского персонала.

Для выхода из данной проблемы решено оказывать ряд платных услуг частным лицам, которые позволят за счет привлеченной прибыли увеличить размер заработной платы персонала.

Преимущества больницы в том, что он имеет наиболее современное техническое оборудование и, следовательно, располагает уникальными возможностями в отношении диагностики, лечения и профилактики различных заболеваний. Больница имеет удачное расположение с точки зрения экологии: в живописной парковой зоне на окраине Москвы. Но, хотя сотрудники больницы считают ее солидным учреждением, такого имиджа среди населения нет – ее просто не знают или знают понаслышке.

Задача заключается в том, чтобы разработать проект развития спектра платных услуг и их продвижению среди населения. Срок реализации проекта – 4 месяца.

Задания по кейсам:

- сформулировать цель и задачи проекта и обосновать ее значимость для издательства в целом;
- провести декомпозицию работ (не менее 10 этапов);
- представить основные результаты в виде презентации для аудитории.

Задача 3. Данное занятие проводится в форме решения практических кейсов:

Представьте, что Вы - профессиональный менеджер следующего проекта:

- 1) Производство корпоративного фильма для СИБИТа, который должен повышать имидж института. На реализацию этого проекта Вам будет предоставлено 3 месяца.
- 2) Организация межвузовской конференции по бизнесу на базе СИБИТа с широким освещением этого события в СМИ. Срок реализации проекта – 4 мес.
- 3) Создание городской студенческой организации, занимающейся социальными проектами, и проведение 1 мероприятия – антиалкогольной пропаганды среди школ города Омска. Срок – 6 месяцев.
- 4) Организация актерского кружка среди студентов СИБИТа и постановка 1 спектакля. Срок – 3 месяца.

Необходимо:

- сформулировать цель проекта и обосновать ее значимость;
- провести декомпозицию работ (не менее 10 этапов);
- построить структурную схему организации проекта;
- построить сетевой график проекта (учитывая необходимость «вписаться» в оговоренные сроки);

ТЕСТ
по дисциплине «Управление проектами»

Максимальный балл – 10

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответа
1	Назначения в MS Project это:	а) связь конкретной задачи с ее длительностью б) связь конкретной задачи с ресурсами, выделенными для ее выполнения в) связь между задачами проекта г) связь между вехами проекта д) связь конкретной вехи с ресурсами, выделенными для ее выполнения
2	Трудозатраты рассчитываются по формуле:	а) Трудозатраты = Длительность / Единицы назначений б) Трудозатраты = (Длительность) ² × Единицы назначений в) Трудозатраты = Длительность × Единицы назначений
3	Какой бюджетной формы из ниже перечисленных не существует	а) бюджет доходов и расходов б) бюджет движения денежных средств в) прогнозный баланс г) бюджет затрат
4	Для какого из методов вычисления реальных сроков задач, вероятность достижения сроков является величиной постоянной:	а) Метода критического пути б) ПЕРТ в) Метод моделирования Монте-Карло
5	Выбрать термин для которого дано определение: «осуществляет финансирование проекта за счет своих или привлеченных средств»	а) Инвестор проекта б) Координационный совет в) Куратор проекта г) Команда проекта д) Команда управления проектом е) Руководитель проекта
6	Какой из ниже перечисленных резервов не является параметром сетевого графика проекта	а) независимый б) гарантийный в) неполный г) полный д) свободный
7	Выбрать цель метода управления проекта:	а) Метод критического пути б) сокращение до минимума продолжительности разработки проектов в) получить точное и полное расписание проекта с учетом работ, их длительностей,

		необходимых ресурсов, которое служит основой для исполнения проекта
8	Выбрать термин для которого дано определение: «участники команды проекта, принимающие участие в управлении проектом»	а) Инвестор проекта б) Координационный совет в) Куратор проекта г) Команда проекта д) Команда управления проектом е) Руководитель проекта
9	После какого назначение происходит вычисление затрат в MS Project:	а) После каждого б) После последнего в) После первого г) Выбирается в ручном режиме
10	К основным функциям проект-менеджера по отдельным сферам деятельности не относится	а) Установление взаимоотношения с вышестоящим руководством, клиентом, другими участниками проекта. б) Налаживание хороших отношений с общественными организациями, прессой, телевидением и т.д. в) Контроль выполнения планов и графиков командой проекта. г) Создание проектной документации и согласование ее с заказчиком.
11	Выбрать термин для которого дано определение: «коллективный орган, который выбирает проекты для реализации, утверждает планы работ и их изменения, назначает куратора и утверждает руководителя проекта»	а) Инвестор проекта б) Координационный совет в) Куратор проекта г) Команда проекта д) Команда управления проектом е) Руководитель проекта
12	Недостатком функциональной структуры управления проектом является	а) стимулирует функциональную изолированность б) способствует технологичности выполнения работ в проекте в) увеличивает количество взаимодействий между участниками проекта
13	Выбрать термин для которого дано определение: «участники проекта, задействованные в его реализации»	а) Инвестор проекта б) Координационный совет в) Куратор проекта г) Команда проекта д) Команда управления проектом
14	Выбрать термин для которого дано определение: «член команды управления проектом, лично	а) Инвестор проекта б) Координационный совет в) Куратор проекта г) Команда проекта

	ответчающий за все результаты проекта»	д) Команда управления проектом е) Руководитель проекта
15	При сетевом планировании проекта элемент «событие » характеризуется	а) номером, ранним и поздним сроком б) длительностью и резервами в) задачей и целью г) прибылью и убытками
16	Риск при осуществлении проекта	а) вероятность возникновения неблагоприятных финансовых последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления. б) вероятность возникновения неблагоприятных политических последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления. в) вероятность возникновения неблагоприятных социальных последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления. г) вероятность возникновения неблагоприятных экологических последствий в форме потери ожидаемого дохода в ситуациях неопределенности его осуществления.
17	19. Выберите понятие: программа проектов	а) совокупность проектов, находящихся в компетенции одного центра ответственности б) группа взаимосвязанных проектов и различных мероприятий, объединенных общей целью и условиями их выполнения в) комплекс взаимосвязанных мероприятий, предназначенных для достижения поставленных целей с установленными требованиями к качеству результата в течение заданного времени и при установленном бюджете
18	Возможно ли использование метода ПЕРТ в среде MS Project 2010:	а) Да б) Нет в) Возможно, но с некоторыми ограничениями
19	Выбрать термин для которого дано определение: «участники проекта, задействованные в его реализации»	а) Инвестор проекта б) Координационный совет в) Куратор проекта г) Команда проекта д) Команда управления проектом е) Руководитель проекта

20	Проектный офис это	<p>а) подразделение, которое помогает — облегчает процесс административного управления проектами.</p> <p>б) подразделение, которое помогает — облегчает процесс подготовки производства</p> <p>в) подразделение, которое помогает — облегчает процесс обработки информации в проекте</p> <p>г) подразделение, которое помогает – организовать хозяйственное обслуживание проекта.</p>
21	Выбрать термин для которого дано определение: «представитель руководства родительской компании, курирующий выполнение работ проекта»	<p>а) Инвестор проекта</p> <p>б) Координационный совет</p> <p>в) Куратор проекта</p> <p>г) Команда проекта</p> <p>д) Команда управления проектом</p> <p>е) Руководитель проекта</p>
22	Риски в расписании не включают следующие виды рисков:	<p>а) привлечение к работам неопытных сотрудников</p> <p>б) наличие задач с предварительными длительностями</p> <p>в) наличие задач со слишком короткой длительностью</p> <p>г) наличие слишком длинных задач, в которых задействовано большое количество ресурсов</p>
23	Управление риском проекта это	<p>а) системное применение политики, процедур и методов управления к задачам определения ситуации, идентификации, анализа, оценки, обработки, мониторинга риска и обмена информацией, для обеспечения снижения потерь и увеличения рентабельности.</p> <p>б) системное применение политики, процедур и методов управления целями проекта, анализа, оценки, обработки, мониторинга информацией, для обеспечения снижения потерь и увеличения рентабельности</p> <p>в) системное применение политики, процедур и методов управления командой проекта и обмена информацией, для обеспечения снижения потерь и увеличения рентабельности</p> <p>г) системное применение политики, процедур и методов управления к задачам определения ситуации, мониторинга риска и обмена информацией, для обеспечения снижения потерь.</p>
24	К способам снижения проектного риска относится	<p>а) мотивирование</p> <p>б) планирование</p> <p>в) диверсификация</p>

		г) контроль
25	Что не рассматривает сфера проектного управления:	а) Ресурсы б) Качество предоставляемого продукта в) Стоимость, Время проекта г) Обоснование инвестиций д) Риски
26	Жизненный цикл проекта – это:	а) стадия реализации проекта б) стадия проектирования проекта в) временной промежуток между моментом обоснования инвестиций и моментом, когда они окупились г) временной промежуток между моментом появления, зарождения проекта и моментом его ликвидации, завершения – верный ответ д) временной промежуток между моментом получения задания от заказчика и моментом сдачи проекта заказчику
27	Управляемыми параметрами проекта не являются:	а) объемы и виды работ б) стоимость, издержки, расходы по проекту в) временные параметры, включающие сроки, продолжительности и резервы выполнения работ и этапов проекта, а также взаимосвязи между работами г) ресурсы, требуемые для осуществления проекта, в том числе человеческие или трудовые, финансовые, материально-технические, а также ограничения по ресурсам д) качество проектных решений, применяемых ресурсов, компонентов проекта е) Все варианты правильны
28	Календарное планирование не включает в себя:	а) планирование содержания проекта б) определение последовательности работ и построение сетевого графика в) планирование сроков, длительностей и логических связей работ и построение диаграммы Ганта г) определение потребностей в ресурсах (люди, машины, механизмы, материалы и т.д.) и расчет затрат и трудозатрат по проекту д) определение себестоимости продукта проекта
29	Что является основной целью сетевого планирования:	а) Управление трудозатратами проекта б) Снижение до минимума времени реализации проекта в) Максимизация прибыли от проекта

		<p>г) Определение последовательностей выполнения работ</p> <p>д) Моделирование структуры проекта</p>
30	Какой тип сетевой диаграммы используется в среде MS Project:	<p>а) «Действие в узлах»</p> <p>б) Переходной тип диаграммы от «действия на стрелках» к «действию в узлах»</p> <p>в) ПЕРТ-диаграмма</p> <p>г) Диаграмма Ганта</p> <p>д) Диаграмма «Действие на стрелках»</p>
31	Принцип «метода критического пути» заключается в:	<p>а) Анализе вероятностных параметров длительностей задач лежащих на критическом пути</p> <p>б) Анализе вероятностных параметров стоимостей задач</p> <p>в) Анализе расписания задач – верный ответ</p> <p>г) Анализе вероятностных параметров стоимостей задач лежащих на критическом пути</p> <p>д) Анализе длительностей задач, составляющих критический путь</p>
32	Основная цель «метода критического пути» заключается в:	<p>а) Равномерном назначении ресурсов на задачи проекта</p> <p>б) Оптимизации отношения длительности проекта к его стоимости</p> <p>в) Снижении издержек проекта</p> <p>г) Минимизации востребованных ресурсов</p> <p>д) Минимизации сроков проекта – верный ответ</p>
33	Какая работа называется критической:	<p>а) Длительность которой максимальна в проекте</p> <p>б) Стоимость которой максимальна в проекте</p> <p>в) Имеющая максимальный показатель отношения цены работы к ее длительности</p> <p>г) Работа с максимальными трудозатратами</p> <p>д) Работа, для которой задержка ее начала приведет к задержке срока окончания проекта в целом</p>
34	Какое распределение имеет конечный показатель средней длительности проекта рассчитанный по методу ПЕРТ:	<p>а) Гауссовское</p> <p>б) Вета-распределение</p> <p>в) Пуассоновское распределение</p> <p>г) Нормальное распределение</p> <p>д) Треугольное распределение</p>
35	Какое распределение имеет конечный показатель средней длительности проекта рассчитанный методом моделирования Монте-Карло:	<p>а) Гауссовское</p> <p>б) Вета-распределение</p> <p>в) Пуассоновское распределение</p> <p>г) Нормальное распределение</p> <p>д) Треугольное распределение</p>

36	Моделирование проектов в Microsoft Project 2010 не позволяет решить следующую задачу:	<ul style="list-style-type: none"> а) Рассчитать инвестиционную привлекательность проекта б) рассчитать бюджет проекта и распределение запланированных затрат во времени в) рассчитать распределение во времени потребностей проекта в основных материалах и оборудовании г) определить оптимальный состав ресурсов (людей и механизмов) проекта и распределение во времени их плановой загрузки и количественного состава д) разработать оптимальную схему финансирования работ, поставок материалов и оборудования
37	Что не является ограничением для планируемых задач:	<ul style="list-style-type: none"> а) Окончание не ранее заданной даты б) Начало не ранее заданной даты в) Фиксированная длительность г) Фиксированное начало д) Как можно раньше
38	Длительность суммарной задачи вычисляется (определяется):	<ul style="list-style-type: none"> а) Исходя из параметров назначений и трудозатрат на задачи входящие в суммарную задачу б) Исходя из параметров назначений и длительности задач входящих в суммарную задачу в) Исходя из параметров длительности ее подзадач г) Директивно д) Приблизительно, по методу экспертных оценок
39	Материальные ресурсы позволяют моделировать:	<ul style="list-style-type: none"> а) Потребность в материалах и затраты на них б) Оплату заказчиков в) Оплату работ по проекту
40	Предназначение затратного ресурса:	<ul style="list-style-type: none"> а) Рассчитать затраты по проекту б) Связать определенный тип затрат с одной или несколькими задачами в) Рассчитать затраты на трудовые ресурсы
41	Максимальное количество единиц доступности устанавливает:	<ul style="list-style-type: none"> а) максимальное количество рабочих, доступных для выполнения работ в данном проекте б) максимальный процент рабочего времени, которое ресурс может ежедневно выделять для выполнения работ данного проекта
42	К каким методам сводиться структуризация проекта:	<ul style="list-style-type: none"> а) Горизонтальное и вертикальное планирование б) Горизонтальное планирование и планирование «сверху-вниз»

		<p>в) Вертикальное планирование и планирование «снизу-вверх»</p> <p>г) Вертикальное планирование и планирование «сверху-вниз»</p> <p>д) Планирование «сверху-вниз» и «снизу-вверх»</p> <p>е) Планирование «сверху-вниз», «снизу-вверх», горизонтальное и вертикальное планирование</p>
43	Какое представление отсутствует в MS Project:	<p>а) Диаграмма Ганта</p> <p>б) Использование Ресурсов</p> <p>в) Использование задач</p> <p>г) Сетевой график</p> <p>д) Сеть ПЕРТ</p>
44	4.6. Какое представление является основным в MS Project:	<p>а) Диаграмма Ганта</p> <p>б) Использование Ресурсов</p> <p>в) Использование задач</p> <p>г) Сетевой график</p> <p>д) Сеть ПЕРТ</p>
45	Какой параметр не описывает трудовые ресурсы:	<p>а) Издержки</p> <p>б) Стандартная ставка</p> <p>в) Ставка сверхурочных</p> <p>г) Затраты на использование</p>
46	Какие ресурсы не используются в MS Project:	<p>а) Трудовые</p> <p>б) Материальные</p> <p>в) Затратные</p> <p>г) Производственные</p>
47	4.4. Определите взаимосвязь между «Представлениями» и «Таблицами» в MS Project:	<p>а) Параметр «Таблицы» изменяет отображаемые параметры в «Представлениях»</p> <p>б) Параметр «Таблицы» дополняет отображаемые параметры в «Представлениях»</p> <p>в) Параметр «Таблицы» игнорирует отображаемые параметры в «Представлениях»</p> <p>г) Параметр «Таблицы» выполняет переход между «Представлениями»</p> <p>д) Параметр «Таблицы» делает доступным новые «Представления»</p>
48	Суммарная задача состоит из:	<p>а) Нескольких ресурсов</p> <p>б) Нескольких вех</p> <p>в) Нескольких вариантов</p> <p>г) Нескольких затрат</p> <p>д) Нескольких задач</p>
49	Что служит горизонтальной осью диаграммы Ганта:	<p>а) Перечень ресурсов</p> <p>б) Длительности задач</p> <p>в) Перечень задач</p> <p>г) Длительность проекта</p> <p>д) Предшествующие задачи</p>

50	Что служит вертикальной осью диаграммы Ганта:	а) Перечень ресурсов б) Длительности задач в) Перечень задач г) Длительность проекта д) Предшествующие задачи
----	-----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Кейс «Честный лайк»

Интернет-агентство Registratura.ru появилось в 1998 году, и название отражает основной вид деятельности, которым компания тогда занималась изначально - регистрация доменов. Позже одним из первых агентство начало продавать контекстную рекламу на ведущих поисковых системах и сейчас является одним из лидеров рынка. В 2011 году оборот компании составил около 170 млн. руб. и почти на 100% превысил показатели предыдущего года. Работает в Registratura.ru 40 человек. На данный момент продажи контекстной рекламы приносят компании до 70% прибыли, но в интернете все меняется очень быстро.

В середине 2010 года агентство запустило новое направление – SMM (Social Media Marketing). «SMM занимается управлением общественным мнением в интернете, в первую очередь, в социальных сетях. В западных странах давно оценили пользу и эффективность SMM, в этой сфере крутятся немалые деньги. В России мы пока стоим у истоков рынка, но уже к концу 2012 года все может измениться. Чтобы стать лидером, надо действовать уже сейчас», - говорит руководитель направления SMM Registratura.ru Артем Ельцов.

Термин SMM появился примерно в 2006 году, и, по словам Ельцова, сейчас западный рынок может похвастаться кейсами, доказывающими эффективность работы в social media, а также приличными бюджетами, которые выделяются на SMM. В России яркие убедительные примеры можно найти только в сфере вирусного маркетинга. «Этот вид продвижения в онлайн логично воспринимать как часть SMM, но развиваться он начал раньше, и отношение к нему более уважительное. Во всяком случае, стоимость вирусной рекламной кампании 500 тыс. руб. клиентов не пугает», - объясняет Артем. Но даже блестящий рекламный ролик надо еще «посеять» в социальных сетях. «Вирусный маркетинг, работа в социальных сетях, работа на форумах - три главных кита SMM», - продолжает Ельцов.

Как это часто происходит в интернете, первыми новые инструменты осваивают наиболее мобильные люди - одиночки-фрилансеры, позже их вытесняют маленькие компании и серьезные игроки. Так было с SEO, контекстной рекламой, так происходит и с SMM.

Сложившегося рынка услуг по работе в сетях и на форумах, по мнению Ельцова, в России пока нет. «Серый» сектор, по его оценкам, составляет до 50% рынка. Фрилансеры предоставляют дешевые и часто сомнительные услуги. Например, на хакерских форумах можно купить базу данных пользователей сети «В контакте» и программы, позволяющие включать этих пользователей в коммерческие группы без их согласия. Исполнитель начинает вести от лица компании-заказчика группу, она быстро набирает десятки тысяч человек. Но до 90% ее членов составляют так называемые боты - пользователи-роботы, которые не купят ни товар, ни услугу.

Оставшуюся половину рынка делят между собой международные сетевые медиа агентства, а также около десяти российских игроков, в числе которых Registratura.ru. «На долю первых приходится львиная доля рынка в денежном выражении, они забирают клиентов, которые привыкли с ними сотрудничать по рекламе в традиционных медиа. Российские же агентства, которые серьезно занимаются SMM, пока мало кто знает. За исключением тех, кто создал себе репутацию на вирусном маркетинге», - говорит Ельцов.

Полноценная и эффективная SMM-кампания может стоить 2–3 млн. руб. Однако наличие «серого» рынка приучило многих потенциальных клиентов к тому, что от модной услуги не стоит ждать реальной пользы, но цена ее невысока. Так, в Registratura.ru часто обращаются компании с оборотом до 100 млн. руб. в год, но они хотят создать, условно говоря, группу «В контакте» за 10 тыс. руб. в месяц. Переубеждать клиентов, что продвижение в social media могло бы стать эффективным инструментом, менеджерам компании непросто.

«Стоимость контакта с целевой аудиторией в интернете растет и будет расти - в 2012 году, например, чтобы достучаться до людей, потребуется гораздо больше вложений, чем в 2011-м. Маркетинг в социальных медиа является относительно недорогим рекламным инструментом, он также позволяет уменьшить стоимость контакта с аудиторией в интернете в целом. При этом чем профессиональнее и качественнее, а следовательно, дороже SMM, тем дешевле будет стоимость контакта», - убежден Ельцов. По его словам, уже проведенные Registratura.ru SMM-кампании позволили заказчикам поднять продажи на 15–20% при примерном бюджете в 200 тыс. руб. в месяц. «Максимальный эффект был достигнут на третьем месяце. Потом рост продаж замедляется, но все равно он есть, поскольку в сетях постоянно появляются новые пользователи. Если SMM прекратить, продажи постепенно пойдут на спад. Если же бюджет увеличить, захватив новые социальные сети, можно опять существенно поднять обороты», - объясняет Артем.

По опыту руководителя направления, наибольшая отдача от SMM достигается при запуске бизнеса, на высококонкурентных рынках FMCG и в сфере услуг, а также при продвижении сложных товаров и товаров длительного спроса, которые требуют анализа информации. Заказчики SMM - это интернет-магазины разной направленности, офлайн-торговые сети, компании, предлагающие новые товары, например, средства для чистки кожи и т. д. «Для ряда товаров продвижение с помощью SMM выгоднее, чем офлайн-реклама», - говорит Ельцов. И приводит в пример одного из заказчиков - западную компанию, продвигающую роботы-пылесосы. На рекламную кампанию в глянцевых журналах она потратила \$300 тыс., на SMM - \$10 тыс., а в итоге обнаружила, что наибольший эффект получила от social media.

Один из SMM-продуктов, которые предлагает Registratura.ru, - управление репутацией, и здесь можно измерить эффект от кампании. «С помощью специальных программ мы мониторим сети, анализируя не только количество упоминаний компании, но и их эмоциональную окраску. Перед началом и по окончании проекта мы строим диаграмму, которая показывает процент положительных, отрицательных и нейтральных отзывов», - рассказывает Ельцов.

В то же время руководитель направления подчеркивает, что SMM не является панацеей. «Если продукт и услуга некачественные, мы можем поднять репутацию, но потом показатели быстро поползут вниз. Эффект будет даже хуже, чем до начала кампании. Даже плохой call-центр заказчика может все испортить», - говорит он.

Большинство клиентов Registratura.ru уже имели опыт работы с фрилансерами. «Это нетрудно заметить. Например, у заказчика есть довольно большая группа во «Вконтакте», но постов нет или очень мало «комментов», «перепостов» и «лайков». Коэффициент CTR (соотношение числа кликов к числу показов) для текстовых ссылок достаточно высок и может достигать 40%. Не все пользователи активно реагируют на сообщение, но от 100 живых людей можно ожидать хотя бы одного «лайка», - рассуждает Ельцов.

Чтобы добиться интереса реальных пользователей, нужна креативная стратегия и слаженная работа команды людей по единому ТЗ. Осуществить это, по мнению Артема, можно только со штатными сотрудниками. В SMM-отделе Registratura.ru работают девять человек: руководитель отдела, менеджер по продажам, менеджер по работе с клиентами (account-менеджер) и шесть сотрудников, которые непосредственно занимаются распространением информации в Сети - их называют «постерами».

Такой штат обходится недешево: зарплата только одного «постера» - 30–35 тыс. руб. в месяц, а вместе со стоимостью рабочего места и налогами затраты на него составляют около 80 тыс. руб. в месяц. Месячная «себестоимость» отдела - примерно 800 тыс. руб., и эти вложения надо окупать. «Заложенная операционная прибыль SMM-проектов составляет около 40%. На Западе же компании зарабатывают на SMM не меньше 80%», - поясняет Ельцов.

В Registratura.ru подсчитали, что для ведения одного проекта условно необходимы трудозатраты двух-трех «постеров» и account-менеджера. Часть полученных средств

пойдет на зарплату руководителя отдела и проценты менеджеру по продажам. Кроме того, во многих случаях работу в социальных сетях необходимо поддерживать тизерной рекламой - деньги уходят и на ее оплату. Произведя расчеты, Ельцов пришел к выводу, что минимальная стоимость SMM-проекта, за который имеет смысл браться, составляет не менее 200 тыс. руб. в месяц.

«Я анализировал стоимость предложений на сайтах наших конкурентов - серьезных российских компаний, которые занимаются social media. Порядок цен у них примерно тот же. Сетевые агентства цены до переговоров не раскрывают, но, думаю, они у них гораздо выше», - говорит Артем.

На данный момент у SMM-отдела Registratura.ru на годовом абонентском обслуживании состоят четыре крупных заказчика с бюджетом от 500 тыс. руб. в месяц. Заключены несколько договоров на проекты сроком от двух месяцев до полугода с бюджетом около 200 тыс. руб. При этом «мощности» команды пока недогружены, а цель Ельцова - увеличить выручку отдела в три раза и получить к концу 2012 года прибыль 24 млн. руб. По словам Ельцова, существующие заказчики результатами довольны, отказываться от услуг компании не намерены. Но ему нужны новые клиенты.

Наиболее интересная для Registratura.ru аудитория - крупные компании, на них сотрудники выходят, в том числе, и с помощью «холодных» звонков. Но многие относятся к SMM скептически: из 20 встреч только пять приводят к просьбе разработать коммерческое предложение, но это еще не значит, что сделка состоится.

Параллельно в компанию обращаются клиенты, готовые заказать SMM-кампанию с бюджетом до 50 тыс. руб., а на вопрос, какова ее цель, часто не могут ответить. С крупными клиентами менеджеры готовы возиться по полной программе, но процесс «обучения» мелких заказчиков требует, по мнению Ельцова, затрат, несопоставимых с полученным результатом. Проводить же малобюджетную рекламную кампанию силами штатных сотрудников невыгодно.

«Мы думали над тем, чтобы выполнять недорогие проекты силами тех же самых фрилансеров по заранее разработанному плану и под руководством штатного сотрудника, который мог бы координировать работу до десяти исполнителей. Но каждый проект индивидуален, очень много ресурсов нашей команды уходит на разработку стратегии, креатив, который стоит дороже всего», - говорит Ельцов. Прибыльность малобюджетной кампании оказывается очень низкой, но больше всего Ельцова беспокоит то, что, привлекая сторонних исполнителей, он не сможет до конца проконтролировать их работу и обеспечить нужное качество.

В то же время аудитория заказчиков, согласных на малобюджетные проекты, многочисленна, среди них есть и серьезные компании. «Стоимость услуги, возможно, пугает больше психологически - такие суммы компании готовы тратить на контекстную рекламу или продвижение в офлайне. За social media просто принято платить на порядок меньше», - говорит Артем.

Как правильно действовать руководителю отдела SMM? Какую эффективную стратегию развития отдела ему выбрать? Стоит ли сосредоточить свои усилия на федеральных и международных компаниях (вступив при этом в конкуренцию с сетевыми медиа агентствами) и отказаться от остальной аудитории? Возможно, Registratura.ru стоит запустить PR-кампанию, объединившись с другими игроками на рынке social.

Лист регистрации изменений, дополнений и ревизий документа

№ п/п	Дата внесения изменения	Документ, на основании которого внесено изменение	Краткое содержание изменения
1	2	3	4
1	01.09.2021	Протокол решения УС № 1 от 01.09.2021 г.	Внесение изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 ноября 2020 г. № 1456)
2	26.01.2022	Протокол решения УС № 6 от 26.01.2022 г.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Актуализация комплектов оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; 2. Актуализация перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; 3. Актуализация перечня ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины; 4. Актуализация методических указаний для обучающихся по освоению дисциплины; 5. Актуализация перечня современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем; 6. Актуализация материально-технического и программного обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине.
3	31.08.2022	Протокол решения УС № 13 от 31.08.2022 г.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Утверждение Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245); 2. Актуализация документов, регламентирующих содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО по направлению подготовки.
4	30.08.2023	Протокол решения УС № 12 от 30.08.2023 г.	Актуализация комплектов оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине