Программа учебной дисциплины «Проекты»

Утверждена
Академическим советом ОП
Протокол №8 от 26.08.2019

Автор	Александровский С.В.
Число кредитов	1
Всего часов (час.)	38
Курс	1
Формат изучения дисциплины	без использования онлайн курса

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Проектная деятельность предоставляет возможность работы над поиском и реализацией решений для реальных задач и проблем. Студенты ведут коммуникацию напрямую с заказчиками, работая над реальными маркетинговыми проблемами. В ходе дисциплины осуществляется работа с техническим заданием от компании - заказчика, происходит анализ исследуемой проблемы, планирование и реализация маркетингового исследования для решения бизнес-задачи в рамках кейса.

Работа над проектом происходит в проектных группах 4-5 человек.

Промежуточная аттестация состоит из отчета по всем этапам работы планирования проекта. Итоговый контроль включает в себя защиту отчета в форме презентации перед преподавателем и заказчиком.

I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Целью освоения дисциплины «Проекты» является приобретение студентами опыта проектной работы, через разработку и реализацию группового прикладного профессионального проекта.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- принципы эффективной коммуникацией с сотрудниками и руководителями различных уровней в организации;
- инструменты управления проектом;

уметь:

- осуществлять сбор и анализ информации;
- применять методы и инструменты управления в профессиональной деятельности;
- осуществлять выбор моделей и инструментов в соответствии с конкретной ситуацией / задачей проекта.

владеть:

- инструментами поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по результатам проектной работы;
- использования специализированных программных продуктов и средств автоматизации повседневной управленческой деятельности;
- определения последствий управленческих решений.

Изучение дисциплины «Проекты» базируется на знаниях по следующим направлениям:

- основы менеджмента;
- основы маркетинга;
- основы анализа данных.
- основы MS Excel, MS Word, MS Powerpoint, Интернет;

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знать основы математической статистики и обработки данных;
- знать основы работы в MS Excel, MS Word, MS Powerpoint, Интернет;
- знать основные концепции маркетинга;

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении и подготовке:

- Курсовая работа;
- Практика;
- Подготовка выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Проект имеет четко поставленные задачи, критерии достижения результата и ограниченные сроки выполнения; основные способы деятельности – разработка, отбор и реализация проектных решений; основные методы – методы управления проектами.

В рамках проектной деятельности, студентам могут предлагаться следующие типы проектов.

С точки зрения **целей и результатов**:

- Практико-ориентированный (прикладной) – проект, основной целью которого является решение прикладной задачи, чаще всего по запросу внешнего по отношению к НИУ ВШЭ заказчика; результатом такого проекта может быть разработанное и обоснованное проектное решение, бизнес-план или бизнес-кейс, изготовленный по заказу продукт и т.п.;

С точки зрения **способов организации:**

- Групповой – проект, который выполняется командой участников, предполагает коллективный результат;
- Краткосрочный – проект, укладывающийся в рамки одного учебного семестра,
- Внешний – проект, выполняемый по запросу внешних по отношению к Университету заказчиков,
- Внутренний – проект, выполняемый по заказу структурных подразделений и НПР Университета.

Заказчик – человек, группа лиц или структура (в т.ч. подразделение Университета), которые заинтересованы в результатах проекта; Заказчик формулирует критерии требуемого продукта (результата) и участвует в его оценке, а также может выделять ресурсы на реализацию проекта. Заказчик обязан осуществлять необходимое организационное взаимодействие с участниками проекта (по согласованному графику или по запросу). При необходимости Заказчик совместно с руководителем проекта отвечает за оформление договорных отношений с участниками проекта. На ОП Маркетинг

заказчиками проектов являются коммерческие и некоммерческие организации, рекламные и маркетинговые агентства, предлагающие проекты по тематики программы.

Руководитель проекта – ответственное лицо, которое обеспечивает реализацию проекта, оценивание вклада участников проекта и оформление учебной документации в ходе и по итогам проекта. В его обязанности входит выполнение следующих функций:

- формирование пула проектов от компаний партнеров, в которых могут принять участие студенты. По каждому проекту-предложению оформляется техническое задание;
- в рамках проектного семинара организация «Ярмарки проектов» - презентационная сессия, на которой представляет пул проектов, обозначает цели и задачи проекта, ожидаемый результат, заказчика проекта.
- организация записи студентов, через сервис Google Sheets. согласует перечень проектов и списки проектных групп с академическим руководителем ОП.
- уточнение технического задания проекта (на основе запроса Заказчика совместно с участниками проекта);
- разработка плана-графика проекта (совместно с участниками проекта);
- помощь в организации и реализации проекта, в том числе организация необходимого взаимодействия участников проекта с Заказчиком, помощь в привлечении к участию в проекте профильных специалистов и т.п.;
- организация публичного представления результатов проекта,
- оценка работы участников проекта (включая оценку их отчетов по проекту, по заранее определенным критериям),
- координация и организационное обеспечение проектной деятельности для студентов ОП.
- контроль за распределением студентов и руководителей проектов по проектам в рамках первого проектного семинара,
- организация итоговой защиты проектов.

На ОП Маркетинг руководителем проектов является преподаватель кафедры маркетинга, в нагрузку которого включены проекты.

Работа над проектом состоит из следующих основных этапов:

Тема (раздел дисциплины)	**Объем в часах**	**Планируемые результаты обучения (ПРО), подлежащие контролю**	**Формы контроля**
	лк		
	см		
	onl/ср		
Тема 1. Ярмарка проектов	-	Презентация проектов, в которых можно принять участие, в рамках проектного семинара.	
	-		
	5		
Тема 2. Выбор проекта, знакомство с заказчиком проекта, техническим заданием проекта	-	Распределение студентов на проектные группы численностью 4-5 человек. Проработка технического задания с заказчиком.	Сформированы группы, определены маркетинговые задачи в группах.
	-		
	5		

			Сформированное ТЗ (документ 5-6 листов).
Тема 3. Планирование проектной деятельности	- - 5	Определение целей и задач проекта, содержания, форм и методов реализации, планирование необходимых ресурсов для реализации, составление плана графика реализации проекта. Распределение ролей в проекте.	Разработан план задач, сроков, ответственных за задачи в группе. План в форме диаграммы Ганта/экселе, других приложениях.
Тема 4. Погружение в проблемное поле проекта	- - 5	Анализ теоретической базы проблемного поля проекта. Обзор источников, статистических данных. Выработка идей и вариантов возможных изменений с учетом ресурсов проекта.	Проанализирована теория, собраны статистические данные, предложены идеи по решению проблемы проекта. Документ 5-6 листов.
Тема 5. Реализация проекта	- - 8	Поиск необходимых для реализации проекта ресурсов, реализация проекта.	Определены ресурсы, необходимые для реализации. Проект запущен в реализацию и получены результаты. Документ 3-4 листа.
Тема 6. Оформление проекта, оценка результатов достижения проекта	- - 5	Подготовка отчета по разработке и реализации проекта, подготовка материалов для сдачи заказчику.	Оценены результаты реализации проекта. Сформирована презентация по результатам реализации проекта.
Тема 7. Подведение итогов проектной деятельности	- - 5	Оценка отчетов проектов, защита проектов.	Групповая сессия с последующим обсуждением и обратной связью от представителей компаний в форме презентации 5-10 минут.
Часов по видам учебных занятий:	**-** **-**		

	38
Итого часов:	**38**

III. ОЦЕНИВАНИЕ

О итог = 0,4 * О тек. + 0,6 * О рез.

О тек. – Оценка за текущую работу по проекту: выполнение плана-графика работ по проекту, поставленных задач. Выставляется **руководителем** проекта.

О рез. – Оценка полученного результата по проекту, включает в себя достижение целей проекта, выполнение всех поставленных задач, соответствие критериям качества, использование требуемого ПО, технологий, инструментов по желанию заказчика. Выставляется **заказчиком** проекта.

Все оценки по 10-ти балльной шкале. Все оценки округляются арифметическим способом.

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства для промежуточной аттестации
Экзамен. Защита проекта.
Примерная структура отчета о выполнении проекта:

1. Титульный лист
2. Название проекта
3. Инициатор проекта (заказчик)
4. Проектная команда
5. Цели проекта
6. Задачи проекта
7. Результаты проекта
8. Вклад в разработку проекта каждого участника
9. Приложения (Техническое задание и др.)

Техническое задание должно содержать следующие характеристики:

1. Краткая информация о заказчике.
2. Цель проекта, подзадачи/этапы проекта.
3. Сроки реализации проекта.
4. Требования к результату (что должно быть результатом выполненной работы, критерии качества, пожелания по применяемым инструментам, технологиям или методикам).
5. Требования к исполнителю (что должен будет делать исполнитель, какие навыки ему понадобятся; какое ПО нужно будет использовать или какими компетенциями необходимо обладать для выполнения проекта).
6. Чему может научиться студент, выполняя проект (по итогам работы).
7. Форма отчетности: какие материалы должен содержать в себе отчет по проекту (структура и требования к наполнению и объему отчета).
8. Если имеется краткая информация о проекте в виде презентации или аналитических материалов, подготовить для команды студентов.

V. РЕСУРСЫ

5.1.Основная литература

1. Попов, Ю.И. Управление проектами [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Ю.И.Попов, О.В.Яковенко; ЭБС Znanium. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 208 с. — (Учебники для программы MBA). - Режим доступа: http://znanium.com/bookread2.php?book=966362. – Загл. с экрана.
2. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования / Г.А.Черчилль; пер. с англ. под общ. ред. И.В.Крылова. - СПб.: Питер, 2002. - 752 с.: ил. - (Маркетинг для профессионалов).

5.2.Дополнительная литература

1. Weinstein, A. Handbook of Market Segmentation: Strategic Targeting for Business and Technology Firms [Электронный ресурс] / Art Weinstein; DB ebrary. – 3rd ed. – New York; London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2004. – 241 p. - Режим доступа: https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/reader.action?docID=244211&query=Weinstein%2C+Art. - Загл. с экрана.
2. Nair, S.R. Marketing research [Электронный ресурс] / Suja R. Nair; DB ebrary. – Mumbai: Himalaya Publishing House, 2008. – 276 p. - Режим доступа: https://ebookcentral.proquest.com/lib/hselibrary-ebooks/reader.action?docID=3011109&query=Marketing+Research. – Загл. с экрана.

5.3.Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	*Из внутренней сети университета (договор)*
2.	Microsoft Office Professional Plus 2013	*Из внутренней сети университета (договор)*

5.4.Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
	Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы	
1.	Электронные образовательные ресурсы	*Договор на использование электронных баз данных/по подключению и обеспечению доступа к базам данных*
2.		
	Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)	

5.5.Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

−ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы,

антивирусные программы);

−мультимедийный проектор с дистанционным управлением;

−возможность подключения к сети Интернет и доступ к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ через Интернет.

VI. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

1.1.1. *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.

1.1.2. *для лиц с нарушениями слуха*: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

1.1.3. *для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата*: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.