

Программа Проектного семинара
Академическим советом ООП
Протокол № 3 от «29» августа 2018 г.

Автор	Исаева О.М., Осипова О.С., Бутрюмова Н.Г., Трундова О.С.
Число кредитов	3
Контактная работа (час.)	28
Самостоятельная работа (час.)	86
Курс	3 курс
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПЕРЕКВАЗИТЫ

Целями освоения Проектного семинара являются: осмысление практики проектной деятельности в профессиональных проектах с привлечением компаний-партнеров.

В результате освоения Проектного семинара студент должен

знать:

- Основные принципы разработки профессиональных проектов;
- Основные этапы подготовки профессиональных проектов;
- Инструменты работы с заказчиком проекта,

уметь:

- Разбираться в техническом задании проекта;
- Решать задачи, поставленные в техническом задании
- Осмысливать собственную практику, а также связь теории и практики в области проектной работы;

владеть:

- навыками разработки и управления профессиональными проектами;
- навыками взаимодействия с целевой аудиторией проекта;
- навыками работы в самостоятельно формируемой команде.

Изучение Проектного семинара базируется на следующих дисциплинах:

- Проекты 1 и 2 курсов,
- Проектный семинар 1 и 2 курсов
- Управленческие компетенции
- Управление человеческими ресурсами
- Маркетинг
- Теория и история организации

Для освоения Проектного семинара студенты должны владеть основными знаниями и компетенциями:

- знать классификацию проектов,
- Знать основные этапы реализации проектов

- Уметь оформлять отчет по проекту,
- Уметь подготовить и представить презентацию по итогам работы над проектом.
- Первоначальные навыки работы в команде

Основные положения Проектного семинара должны быть использованы в дальнейшем, в курсе «Управление проектами», а также подготовке курсовой работы и выпускной квалификационной работы, при разработке и реализации собственных проектов

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание проектного семинара разрабатывается каждой специализацией в соответствии с предлагаемыми темами профессиональных проектов.

Специализация « Стратегии в менеджменте»

Тема 1. Презентация проектов от заказчиков. Формирование проектных команд

В рамках первого занятия преподаватели рассказывают о проектах, которые предлагают заказчики. Разбор технического задания каждого проекта. Тестирование студентов с целью формирования проектной команды. Объяснение работы в программе ведения проектов Trello. Демонстрация примеров работы.

Тема 2. Методология разработки проектов

Изучение различных методологий по разработке проектов: Waterfall Model (каскадная модель или «водопад»), PRINCE2, V-Model, Incremental Model (инкрементная модель), Agile Model (гибкая методология разработки), Iterative Model (итеративная или итерационная модель), Spiral Model (спиральная модель).

Тема 3. Разработка бизнес-модели проекта

Процесс разработки бизнес-модели проекта. Элементы бизнес-модели. Примеры бизнес-моделей.

Тема 4. Первичный анализ рынка для реализации проекта

Анализ потребителей, поиск перспективного сегмента рынка. Анализ конкурентов, первичная оценка потенциального объема рынка и его емкости.

Тема 5. Сценарное планирование и проработка рисков решений.

Задачи и методы сценарного планирования. Группы рисков. Уровни рисков.

Классификация рисков по характеру потерь. Меры воздействия на риски.

Тема 6. Презентация проекта заказчику

Логика и структура презентации проекта для заказчика. Особенности публичных выступлений. Акценты при общении с заказчиком.

Тема 7. Итоговая презентация проектов. Обсуждение с заказчиками проектов результатов работы

Текущие тренды организации мероприятий в России и за рубежом. Подготовка концепции мероприятия. Event-инструменты. Инструменты информационной поддержки мероприятий.

Специализация « Маркетинг»

Тема 1. Анализ тенденций развития отрасли компаний-заказчиков

Тенденции отечественного рынка.

Тема 2. Исследования лучших практик - Бенчмаркинг

Диагностика конкурентной среды. Анализ зарубежных, российских практик. Бенчмаркинг. Аналитические инструменты маркетинга: SWOT-анализ.

Тема 3. Маркетинговое исследование

Организация маркетингового исследования. Методы, этапы маркетингового исследования. Виды информации и методы ее сбора.

Тема 4. Мастер-класс по задачам проекта (Поведение потребителя)

Особенности деятельности компании на рынке B2B/B2C. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя. Мотивация потребителя и факторы, влияющие на покупательское поведение. Процесс выбора товара потребителем и принятия решения о покупке.

Тема 5. Мастер-класс по задачам проекта (Интернет-продвижение)

Особенности стимулирования сбыта в Интернете. Инструменты Интернет-маркетинга. Формы монетизации интернет-проектов. Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете.

Тема 6. Мастер-класс по контент-стратегии

Кейс по разработке контент-стратегии для компании.

Тема 7. Планирование маркетинговой стратегии

Маркетинговая стратегия: виды, разработка и анализ. Медиапланирование.

Специализация «Инновации и предпринимательство»

Тема 1. Формирование команд.

Процесс распределения по проектным группам, определение менторов проектов. Выстраивание процесса работы над проектом внутри команды: формат общения между членами команды и ментором, возможности и вклад каждого участника в реализацию проекта, распределение ролей в команде и обязанностей в соответствии с задачами проекта.

Тема 2. Составление индивидуального графика выполнения задач по проектам. Календарное планирование. Анализ азинтересованных сторон проекта.

Планирование проекта: детализация задач по проекту, составление календарного плана и диаграммы Ганта. Анализ азинтересованных сторон проекта.

Тема 3. Генерация идей и поиск решений для поставленных в проекте задач.

В зависимости от задач проекта организация креативных сессий, мозгового штурма, рабочих совещаний с целью формулирования решений для поставленных задач в проекте.

Тема 4. Разработка бизнес-модели проекта

Процесс разработки бизнес-модели проекта. Элементы бизнес-модели. Примеры бизнес-моделей. Проверка работоспособности бизнес-модели

Тема 5. Первичный анализ рынка для реализации проекта

Анализ отрасли, ее тенденций и перспектив. Анализ потребителей, поиск перспективного сегмента рынка. Анализ конкурентов, первичная оценка потенциального объема рынка и его емкости.

Тема 6. Презентация проекта партнеру

Логика и структура презентации проекта для партнера. Особенности публичных выступлений. Акценты при общении с партнером.

Тема 7. Гостевые лекции, встречи с экспертами

Для решения поставленных в проекте задач каждая команда формирует список тем для гостевых лекций. По данным вопросам организуются встречи с экспертами.

Специализация « Управление человеческими ресурсами»

Тема 1. Установочная сессия: презентация проектов, формирование проектных команд, распределение обязанностей в проекте

Тема 2. Знакомство с лучшими практиками работы по темам проектов

Привлечение высокопотенциальных сотрудников как фактор развития бренда работодателя: анализ современного состояния проблемы, тенденции и перспективы развития. Анализ лучших практик управления человеческим ресурсами по теме проекта

Тема 3. Мастер-классы, встречи с экспертами по темам проектов

Мастер-класс «Работа с талантами как приоритетное направление УЧР».

Мастер-класс «Формирование и развитие бренда работодателя»

Тема 4. Презентация проекта партнеру

Логика и структура презентации проекта для партнера. Навыки публичных выступлений при подготовке презентации партнёру.

Тема 5. Организация и проведение мероприятий по проекту

Организация работы по проекту. Основные шаги проекта. Необходимые для реализации проекта ресурсы.

III. ОЦЕНИВАНИЕ

Тип контроля	Форма контроля	Параметры
Итоговый	Экзамен	Письменный тест

Экзамен по проектному семинару проходит в виде теста. Тест включает в себя вопросы по темам проектного семинара, изложенном в тематическом плане. Тест предполагает 10 открытых вопросов по темам социального проектирования. Проходит на зачетно - экзаменационной неделе. Тест предполагает несколько вариантов. Реализуется в группах по проектному семинару. Тест проверяется преподавателем, ведущим проектный семинар. Оценивается по 10-бальной шкале.

При оценке данного задания преподаватель руководствуется следующими критериями:

- демонстрация знаний, раскрывающих содержание вопроса;
- использование актуальных примеров в качестве иллюстраций;
- аргументированность ответа;
- логичность изложения материала;
- полнота ответов на вопросы.

Учитывая перечисленные выше основные критерии оценки, преподаватель оценивает данный вид работы по 10-балльной системе..

Порядок формирования оценок по дисциплине

Преподаватель оценивает работу студентов на очных семинарах: участие в обсуждении дискуссионных вопросов, подготовку и защиту презентаций в процессе

работы над проектной идеей, активность студентов в работе над проектами. Результирующая оценка по 10-ти балльной шкале за работу на очных семинарах определяется перед итоговым контролем - $O_{аудиторная}$.

В качестве промежуточного контроля разработки проекта предполагается проведение промежуточной конференции, на которой каждая проектная группа представляет результаты разработки идеи социального проекта и путей ее реализации. Проектные группы готовят презентацию. Каждая проектная группа выступает с презентацией в течение 5 минут, затем защищает свою проектную идею, отвечая на вопросы преподавателей-руководителей проектов. Каждая проектная группа готовит презентация в формате Power Point (или другом редакторе презентаций). В ходе презентации студенты должны продемонстрировать умение излагать содержание предлагаемого проекта, пути его реализации. В презентации следует отразить проблемное поле проекта, актуальность избранной темы, цели и задачи проекта, формы реализации, содержание проекта, бюджет и источники финансирования (если необходимы). – *Огрупповая*

Накопленная оценка за текущий контроль учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:

$$O_{накопл.} = 0,5 \cdot O_{групповая} + 0,5 O_{аудиторная};$$

Результирующая оценка за итоговый контроль в форме экзамена за 3 курс выставляется по следующей формуле, где $O_{экзамен}$ – результат теста:

$$O_{результ3к.} = 0,3 \cdot O_{экзамен} + 0,7 \cdot O_{накопл.}$$

Способ округления оценок – арифметический.

Результирующая оценка за 1, 2, 3 курсы изучения Проектного семинара выводится по следующей формуле:

$$O_{ПС} = (O_{результ1к.} + O_{результ2к.} + O_{результ3к.})/3,$$

где $O_{результ1к.}$ – результирующая оценка за 1 курс обучения,

$O_{результ2к.}$ – результирующая оценка за 2 курс обучения,

$O_{ПС}$ – результирующая оценка по Проектному семинару за 1, 2, 3 курсы обучения по Проектному семинару.

Результирующая оценка по Проектному семинару за 1, 2, 3 курсы обучения по Проектному семинару выставляется в диплом.

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля:

Специализация «Стратегии в менеджменте»

Тема 1,2 Вопросы для обсуждения:

1. Охарактеризовать преимущества и ограничения по каждой методологии?
2. Какая из представленных методологий подходит для вашего проекта? Обосновать почему?

Тема 3. Вопросы для обсуждения:

1. Элементы бизнес-модели.
2. Анализ примеров бизнес-моделей.

Тема 4. Вопросы для обсуждения:

1. Что необходимо узнать о потребителе, прежде, чем выходить на рынок?
2. Каким образом провести сравнительный анализ конкурентов / аналогичных решений?

Тема 5. Вопросы для обсуждения:

1. Типы рисков

2. Способы работы с рисками
3. Подбор кейсов лучших практик по работе с рисками
4. Методы сценарного планирования

Тема 6, 7 Вопросы для обсуждения:

1. Как правильно расставить акценты при подготовке и выступлению презентации?
2. На что сделать акцент при презентации проекта партнеру?

Специализация « Маркетинг»

Тема 1. Вопросы для обсуждения:

1. Какие инструменты анализа деятельности компании существуют?
2. В чем достоинства и недостатки этих инструментов?

Тема 2. Вопросы для обсуждения:

1. Что такое бенчмаркинг?
2. Каковы особенности бенчмаркинга, его плюсы и минусы как аналитического инструмента?
3. Методика проведения SWOT-анализа.

Тема 3. Вопросы для обсуждения:

1. Какова роль маркетинговых исследований в концепции маркетинга?
2. Какие бывают типы и источники маркетинговой информации?
3. По каким направлениям могут проводиться маркетинговые исследования?

Тема 4. Вопросы для обсуждения:

1. Что понимается под рынками B2B/B2C? Каковы их особенности?
2. Что такое сегментация рынка? Каким образом она осуществляется?
3. Какие мероприятия необходимо провести для получения информации о потребительских предпочтениях определенных категорий покупателей?

Тема 5. Вопросы для обсуждения:

1. Что такое интернет-маркетинг и зачем он нужен современности?
2. Сколько стоит интернет-маркетинг и от каких параметров это зависит?

Тема 6. Вопросы для обсуждения:

1. Что такое контент-план/контент-стратегия и зачем она нужна компании?
2. Каковы основные этапы создания контент-плана/контент-стратегии?

Тема 7. Вопросы для обсуждения:

1. Что такое медиапланирование и как оно осуществляется?
2. Каковы особенности медиапланирования в Интернете?
3. В чем заключаются особенности успешной маркетинговой стратегии?

Специализация « Управление человеческими ресурсами»

Тема 1. Вопросы для обсуждения:

1. В чем интерес и специфика каждого проекта?
2. Каковы ваши предпочтения по работе с проектами?
3. Как вам видится логика работы над проектом?
4. В чем вы можете быть максимально эффективны при командной работе?

Тема 2. Вопросы для обсуждения:

1. Какова роль и значение бренда работодателя для рынка соискателей?
2. Каковы составляющие бренда работодателя?
3. Какие практики привлечения высокопотенциальных сотрудников используют современные компании?

Тема 3. Вопросы для обсуждения:

1. В чем интерес бизнеса к теме работы с талантами?
2. Зачем формировать и развивать бренд работодателя?
3. Какова логика работы с брендом работодателя?

Тема 4. Вопросы для обсуждения:

3. Какой результат проекта ждет партнер?
4. Как сделать презентацию интересной для партнера?

Тема 5,6 Вопросы для обсуждения:

1. Какова целевая аудитория проекта?
2. Какие ресурсы необходимо использовать для достижения целей проекта?
3. Как презентовать информацию о работе по проекту целевой аудитории?

Специализация « Инновации и предпринимательство»**Тема 1. Вопросы для обсуждения:**

1. Каким образом распределяются роли в команде проекта?
2. По каким правилам выстраивается работа в команде (периодичность и место встреч, обмен контактами, штрафные санкции за невыполнение возложенных задач и т.п.)?
3. Каким образом происходят коммуникации внутри команды и с ментором проекта?

Тема 2. Вопросы для обсуждения:

1. Какие подзадачи или мероприятия необходимо реализовать для выполнения всех поставленных задач в проекте?
2. Кто из членов команды будет принимать участие в каждом мероприятии? Как распределяются обязанности в команде проекта?
3. Какие ресурсы необходимы для реализации задач по проекту? Каких знаний нехватает членам команды для реализации задач? На какие темы необходимо провести мастер-классы, специальные лекции, чтобы выполнить все поставленные задачи в проекте?
4. В какие сроки необходимо реализовать каждое мероприятие, чтобы уложиться в установленные сроки по реализации проекта?

Тема 3. Вопросы для обсуждения:

1. Какие мероприятия необходимо провести для поиска и формулирования решений поставленных в проекте задач?
2. Как проводятся различные форматы мероприятий по генерации идей?
3. Какое решение принять в дальнейшую работу по проекту?

Тема 4. Вопросы для обсуждения:

3. Элементы бизнес-модели.
4. Анализ примеров бизнес-моделей.
5. Проверка гипотез разработанных бизнес-моделей

Тема 5. Вопросы для обсуждения:

3. Как понять перспективность отрасли с точки зрения вывода на рынок нового продукта?
4. Что необходимо узнать о потребителе, прежде, чем выходить на рынок?
5. Как оценить потенциальную емкость и объем рынка нового продукта?
6. Каким образом провести сравнительный анализ конкурентов / аналогичных решений?

Тема 6. Вопросы для обсуждения:

5. Какие вопросы по проекту интересуют партнера?
6. На что сделать акцент при презентации проекта партнеру?

V. РЕСУРСЫ**5.1. Основная литература**

1. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебник / Н.М.Филимонова [и др.]; под ред. Н.М.Филимоновой, Н.В.Моргуновой, Н.В.Родионовой; ЭБС Znanium. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 349 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-013197-9. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=918075>. – Загл. с экрана

5.2. Дополнительная литература

1. Антонов, Г.Д. Управление проектами организации [Электронный ресурс]: учебник / Г.Д.Антонов, О.П.Иванова, В.М.Тумин; ЭБС Znanium. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 244 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-013132-0. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1003622>. – Загл. с экрана.
2. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.С.Бронникова; ЭБС Znanium. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 215 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-013492-5. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1001318>. – Загл. с экрана.
- 3.Ильина, О.М. Методология управления проектами: становление, современное состояние и развитие [Электронный ресурс]: монография / О.Н.Ильина; ЭБС Znanium. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2018. — 208 с. — (Научная книга). – ISBN 978-5-9558-0400-2. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=977626>. – Загл. с экрана.
4. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я [Электронный ресурс] / Ричард Ньютон; пер. с англ.; ЭБС Znanium. – 7-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2016. – 180 с. – ISBN 978-5-9614-5379 -9. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=926069>. – Загл. с экрана.
5. Михайлова, Е.В. Обучение самопрезентации: учебное пособие / Е.В. Михайлова; Гос. ун-т Высшая школа экономики. – М.: ИД ГУ ВШЭ, 2006. – 167 с
4. Сенаторов, А. А.Битва за подписчика в «Вконтакте»: SMM-руководство [Электронный ресурс] / А.А.Сенаторов; БД AlpinaDigital. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 168 с. – ISBN 978-5-9614-6202-9. – Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/reader/book/1460>. – Загл. с экрана.

5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Windows Professional 8.1 Russian	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2	MS Office 2007 Prof +	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

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

№ п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1	Электронные образовательные ресурсы	<i>Договор на использование электронных баз данных/по подключению и обеспечению доступа к базам данных</i>

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.

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены ПЭВМ, с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ.