

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ахьямова Инна Анатольевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.09.2023 12:18:34
Уникальный идентификатор:
82a7403979511441bcf64f6c6c44e50557c65374

Управление культуры Администрации города Екатеринбурга

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Екатеринбургская академия современного искусства»
(институт)

Кафедра социокультурного развития территории

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
для подготовки курсового проекта
по дисциплине

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

Направление подготовки
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Направленность (профиль)
«Арт- и спорт-маркетинг»

Квалификация выпускника
Бакалавр

для обучающихся заочной формы обучения

Методические рекомендации составлены с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки бакалавров 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, утв. Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 532.

Разработчик (-и):

кандидат экономических наук, доцент кафедры социокультурного
развития территории

(должность, кафедра)

И.М. Аликперов

(И.О. Фамилия)

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры социокультурного развития территории
протокол от 05.06.2023 № 9
(дата)

Заведующий кафедрой

С.В. Казакова

(И.О. Фамилия)

Согласовано:

Заведующий Библиотечно-информационным центром

С.П. Кожина

(И.О. Фамилия)

Начальник Отдела информационного обеспечения

А.В. Кольшкин

(И.О. Фамилия)

1. Общие положения

Методические указания, определяющие порядок подготовки и защиты курсовой работы по дисциплине «Управление проектами» предназначены для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, направленность (профиль) «Арт- и спорт-маркетинг».

Курсовая работа выполняется в форме проекта и основывается на знаниях, полученных в рамках дисциплин «Управление проектами» и «Маркетинг культурно-спортивных событий и услуг».

В ходе подготовки бакалавров данного профиля дисциплина «Управление проектами» относится к части основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО), формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина является частью модуля М10. Модуль «Менеджер социокультурных проектов».

Цель: формирование навыков проектирования и проведения маркетинговых исследований в процессе разработки авторского учебного проекта.

Задачи:

- углубленное изучение проектной деятельности на примере конкретных учреждений сферы культуры и спорта;
- развитие навыков использования методов маркетингового исследования при решении социальных, экономических и профессиональных задач;
- развитие лидерских качеств и способности к командообразованию.

Знания, умения и навыки, полученные в ходе выполнения курсового проекта, являются необходимым основанием для освоения последующих профессиональных дисциплин и выполнения задач производственной и преддипломной практик, а также выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Структура и содержание курсового проекта

Курсовая работа является неотъемлемой частью процесса обучения, ее выполнение является обязательным для всех обучающихся.

Объем текстовой части курсовой работы № 2 должен составлять не менее **35 страниц**. Наглядный материал, превышающий $\frac{3}{4}$ страницы (схемы, таблицы, анкеты, критерии оценивания, графики, опросники и т.д.), представляется в приложении и не входит в общий объем работы.

Курсовая работа оформляется в соответствии с «Положением о курсовой работе» (см. рекомендуемые источники), и должна иметь следующую структуру:

1. Титульный лист (приложение 1).
2. Оглавление.
3. Введение.
4. Глава 1. Теоретическая часть (предпроектный поиск).
5. Глава 2. Практическая часть (проектное решение).
6. Заключение.
7. Список использованных источников.
8. Приложения.

Введение

Введение является обязательной частью курсовой работы и должно отражать:

- актуальность выбранной темы на уровне объекта, предмета, цели проектной деятельности организации и необходимости маркетинговых исследований для этого (не путать с обоснованием актуальности самого проекта для конкретной организации);
- степень изученности данной предметной области в науке и представленность в нормативно-правовой базе;

- исследовательскую проблему, объект и предмет курсового проекта;
 - цель и задачи проекта;
 - теоретические и эмпирические методы (в том числе методы проектирования и моделирования, маркетингового исследования, экономические, статистические, опросные и др.), используемые при разработке проекта;
 - эмпирическую базу проекта (полное официальное название учреждения (аббревиатура должна указываться в скобках) и его адрес;
 - практическую значимость проекта;
 - описание структуры курсового проекта.
- Рекомендуемый объем введения – **2-3** страницы.

Объектом курсового проекта являются управленческие процессы, деятельность различных типов учреждений культуры.

В *предмете* должны отражаться уточняющие характеристики управленческих процессов в учреждениях культуры конкретного типа¹.

Цель курсового проектирования носит прикладной характер и связана с разработкой, обоснованием и реализацией проекта (самостоятельно или в составе команды учреждения культуры) на основе проведенного маркетингового исследования в соответствии с выбранной темой и сформулированной проблемой.

Задачи курсового проектирования обычно соответствуют основным этапам жизненного цикла проекта, но эти этапы в формулировке задач могут быть объединены, например:

1. Осуществить предпроектный анализ с применением методов маркетингового исследования.
2. Разработать концепцию проекта *с сформулированным названием*.
3. Мобилизовать ресурсы и реализовать проект *там-то ... (на базе... / в условиях .../ в партнерстве ... и др.)*.
4. Провести мониторинг проекта.

В формулировке задач надо обозначать название проекта (это должно быть имя собственное, а не тема курсовой работы!) и базу его реализации (учреждение культуры, образования, спорта). Оптимальное наличие 3-4 задач.

Глава 1 (теоретическая часть)

Глава 1 содержит в себе теоретические основания решения проблемы дизайн-проектирования и состоит из 2-3 параграфов, отражающих: анализ предпроектной ситуации, теоретические основы проектной разработки, анализ целевой аудитории, обзор и анализ аналогов, выводы. Объем каждого параграфа должен быть не менее **6 страниц**. Каждый параграф заканчивается выводами.

Параграф 1.1. Предпроектный анализ должен содержать пункты, указанные ниже:

- актуальность;
- обоснование значимости проекта, его ценность и новизна;
- состояние общественной среды и трендов, относящихся к предлагаемому содержанию проекта;
- определение ключевых понятий (обязательно ссылки на источники);
- анализ текущего состояния организационной и экономической базы проекта (эмпирической базы), состояния и уровня маркетинговых исследований в организации;

¹ Примеры: 1) объект – управление рекламной кампанией организации; предмет – управление рекламной кампанией новогодних мероприятий в бюджетном учреждении культуры;

2) объект – деятельность библиотечного учреждения культуры, предмет – игровые технологии в деятельности муниципальной библиотеки.

- построение «дерева целей»;
- выбор цели для решения конкретной проблемы в рамках проекта по результатам маркетингового исследования и др.

В зависимости от темы проекта и объекта проектирования при идентификации проблемы должны быть использованы различные теоретические методы (анализ, синтез, сравнение, обобщение, классификация, моделирование, проектирование) и эмпирические методы исследования (анализ документов, экономический, статистический, маркетинговый анализ, SWOT-анализ, опросные методы, методы математической и графической обработки результатов и др.).

Предпроектный анализ кроме текстового описания, подкрепленного ссылками на источники, должен содержать статистический материал по исследуемой проблеме, представленный в табличной форме, графиках, диаграммах, схемах. Основная задача предпроектного анализа – доказать необходимость, актуальность и конкурентоспособность разрабатываемого проекта, что и необходимо показать в выводе параграфа, посвященного предпроектному анализу (вывод – до 0,5 стр.).

Параграф 1.2. содержит описание *концепции*.

Концепция раскрывает стратегический замысел проекта, его основные приоритеты.

Она включает:

- название (нейминг) проекта, его обоснование,
- цель и задачи проекта (а не курсовой работы!);
- его ценность и новизну;
- определение целевых групп, заказчика, перечень партнеров, спонсоров (если есть), стейкхолдеров;
- предполагаемые сроки подготовки и реализации проекта;
- время и место проведения основных событий, перечень этих событий с кратким описанием;
- основные инструменты продвижения и PR-кампания проекта (офлайн и онлайн);
- продукты и результаты проекта;
- его стоимость (бюджет);
- особенность проекта (если есть) по сравнению с аналогами.

Стратегический замысел проекта, помимо текстового описания концепции проекта, должен быть представлен двумя итоговыми документами: «Устав проекта», выполненный в виде таблицы (таблицы размещаются в тексте, если занимают менее 1 стр.), и «План управления проектом», представленный в виде нумерованного списка.

Устав проекта включает в себя основные элементы концепции проекта:

- название проекта, его инициаторов;
- обоснование бизнес-потребностей для инициации проекта (если проект коммерческий);
- цель и задачи проекта;
- целевые группы, партнеры (стейкхолдеры) проекта;
- результаты и продукты проекта;
- ограничения (возрастные, временные, пространственные и др.);
- временные рамки;
- показатели и критерии успешности проекта;
- его суммарный бюджет.

Необходимо проанализировать нормативно-правовое обеспечение проекта (федеральные, региональные, муниципальные нормативно-правовые акты, регулирующие планируемый проект, целевые программы по теме), а также локальные акты, принятые в эмпирической базе исследования, оценив их достаточность или необходимость дополнения новыми актами.

Параграф 1.3. Планирование или анализ ресурсов проекта.

Мобилизация (планирование) ресурсов. Анализ ресурсного обеспечения проекта включает выполнение следующих позиций:

- анализ имеющихся и потенциальных ресурсов для реализации проекта (с точки зрения их наличия и способов перевода потенциальных ресурсов в актуальные). К таким ресурсам относятся финансовые, материальные, интеллектуальные, человеческие, управленческие, маркетинговые, информационные;
- разработка внешних и внутренних коммуникационных структур проекта, системы продвижения проекта (офлайн и онлайн), выявление и привлечение стейкхолдеров и инфлюенсеров проекта;
- соотнесение ресурсов с основными субъектами-кооперантами (партнерами) проекта.

Анализ ресурсного обеспечения оформляется в табличной или графической форме с обязательными текстовыми комментариями.

Глава 1 заканчивается *выводами по главе* (предпроектного анализа, описание концепции, планирование и анализ ресурсов проекта)).

Глава 2 (практическая часть)

Параграф 2.1. Реализация проекта.

В параграфе описываются основные институциональные подсистемы проекта и управление ими:

- управление командой;
- организационное моделирование проекта;
- управление временем;
- управление стоимостью;
- управление продвижением и продажами;
- управление рисками.

Управление командой описывает процессы формирования и развития команды проекта. В данной позиции должны быть представлены и обоснованы состав и характеристика команды управления проектом, руководитель проекта, штатно-должностное расписание команды, матрица ответственности, план управления персоналом (методы набора команды и критерии освобождения человеческих ресурсов, расписание с набором рабочих заданий для каждого исполнителя, потребность в обучении и план повышения квалификации членов команды, система поощрения и мотивации, вопросы безопасности).

Организационное моделирование проекта содержит обоснование выбора типа организационной структуры проекта, принципы ее построения, схему организационной структуры, ее описание, модель управления проектом с характеристикой административных и технологических связей между членами команды.

Управление временем. Данный раздел включает описание последовательности работ, оценку продолжительности работ, а также разработку расписания проекта и календарного плана мероприятий. Календарный план должен быть представлен в таблице и описан в тексте. Если его объем составляет более 1 стр., календарный план следует поместить в приложение.

Управление стоимостью. Данный раздел предполагает выбор метода стоимостной оценки ресурсов, проведение стоимостного анализа, разработку сметы и бюджета проекта, его обоснование.

Управление продвижением и продажами. В данном разделе описывается комплекс инструментов и мероприятий, с помощью которых будет проходить продвижение до, во время и после реализации проекта, включающие как онлайн, так и офлайн инструменты, маркетинговые и PR-события, конкретные рекламные обращения и посты в социальных сетях (в приложении), использование поддержки стейкхолдеров и инфлюенсеров проекта, методы

продаж и стимулирование сбыта. Итоговый документ – план управления продвижением и продаж с оценкой затрат на мероприятия, которые входят в бюджет проекта.

Управление рисками. Технология управления рисками включает идентификацию рисков (выходной документ – реестр рисков проекта), идентификацию и оценку видов ущерба, качественный анализ рисков, выбор стратегии и методов их страхования, план реагирования на риски с комплексом мероприятий по минимизации рисков. Итоговый документ – план управления рисками.

Параграф 2.2. Мониторинг проекта.

В данном разделе констатируется факт реализации проекта (полностью или частично) с указанием места и времени прошедших событий, перечисляются ожидаемые результаты проекта согласно концепции, оценивается, насколько этих результатов удалось достичь (возможно были получены другие – неожиданные результаты).

Оценка результатов требует описания технологий оценочных процедур (субъекты, критерии, методы) предварительной экспертизы проекта, срединной оценки и итоговой оценки эффективности проекта.

Если в мониторинге используются опросные методы (анкетирование, экспертное интервью, интервьюирование потребителей, фокус-группы, онлайн-опросы и др.), то каждый из них должен быть описан по плану:

- вид опроса;
- место и сроки проведения;
- респонденты;
- цель опроса;
- текст анкеты или стандартизированного интервью;
- другие поясняющие материалы должны быть представлены в приложении.

Результаты опросов могут быть представлены в текстовой, графической или табличной форме.

Если реализация проекта предполагает продажу билетов или другие способы получения доходов, то нужно представить плановую и фактическую ожидаемую выручку от проекта, оценить адекватность цен на услуги и показать баланс расходов и доходов проекта.

На основании совокупности методов (наблюдение, анализ документов, опросные методы и др.) должна быть дана оценка эффективности проекта, доказаны его экономические и социокультурные последствия (значимость) проекта.

Глава 2 заканчивается *выводами по главе*. В данном разделе необходимо кратко описать полученные результаты в соответствии с поставленной целью.

Заключение

В заключении раскрывается краткое содержание проекта в соответствии с задачами, сформулированными во введении, в том числе определяется тип разработанного проекта (по всем основаниям классификации проектов), предоставляется его резюме (включая место и время проведения, количество участников и т.д.), его продукты и результаты, подчеркивается практическая значимость проекта,

Объем заключения составляет **1-2** страницы.

Список использованных источников литературы.

Список должен содержать не менее **30** источников, оформленных в алфавитном порядке в соответствии с требованиями ЕАСИ (см. рекомендуемые источники). В том числе необходимо наличие источников, опубликованных за последние три года.

Приложения

Приложения могут содержать объемные (свыше $\frac{3}{4}$ страницы) таблицы, графики, схемы, рисунки, фотографии, тексты опросных методов (анкеты, планы интервью, тесты и др.)

и другие иллюстративные материалы, которые в силу специфики их оформления не могут быть размещены в основном содержании работы (образец оформления таблиц и рисунков представлен в Положении об оформлении всех видов учебных и аттестационных работ ЕАСИ (в текущей редакции)). В тексте курсовой работы должны быть ссылки на приложения, для этого приложения нумеруются. Приложения не являются обязательным структурным элементом научного исследования.

3. Защита курсового проекта и критерии его оценки

Защита курсовой работы является обязательным элементом учебного процесса и проводится в присутствии комиссии, формируемой в начале учебного года заведующим кафедрой в соответствии с распределением учебной нагрузки преподавателей, утвержденной проректором по учебно-методической работе.

Выполнение курсовой работы оценивается по четырехбалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Оценка руководителя прописывается в отзыве на курсовую работу и носит рекомендательный характер. Окончательная оценка за курсовую работу определяется комиссией по результатам публичной защиты. Оценка проставляется в экзаменационную ведомость для курсовых работ и, в случае положительной оценки, в зачетную книжку обучающегося

Результаты защиты курсовой работы оцениваются на закрытом заседании членов комиссии по окончании защиты. Оценка принимается простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, и вносится в протокол.

Защита курсовой работы включает в себя:

- доклад обучающегося (5-7 минут), отражающий актуальность, цель и задачи, степень изученности, содержание работы и полученные выводы;
- презентацию (10-12 слайдов);
- раздаточный материал для членов комиссии (если это необходимо).

По окончании выступления обучающийся должен ответить на вопросы членов комиссии.

К курсовой работе прилагаются:

- отзыв руководителя;
- справка на антиплагиат (оригинальность текста не менее 60%);
- CD-диск (флешка) с текстом по теме курсовой работы.

Подробное описание процедуры защиты курсовой работы и бланки документов можно найти в Положении «О курсовой работе...», правила оформления курсовой работы и презентации находятся в Положении «Об оформлении всех видов учебных и аттестационных работ» (см.: список рекомендуемых источников).

Критериями оценки курсового проекта являются:

- актуальность проекта и качество предпроектного анализа;
- логика проекта (соответствие цели и задач проекта выбранной целевой структуре управления проектом, задействованным ресурсам, обозначенным управленческим подсистемам, выбранным технологиям мониторинга);
- обоснованность проекта (полнота представленных ресурсов, реалистичность, управляемость, экономичность, устойчивость проекта к возможным рискам и т.д.);
- масштабность проекта;
- степень самостоятельности;
- стиль изложения;
- грамотность текста;
- степень выполнения указаний и замечаний руководителя;
- аккуратность и правильность технического оформления проекта.

4. Список примерных тем и рекомендуемых источников

Выбор темы проекта осуществляется студентом самостоятельно, согласовывается с научным руководителем, с учетом следующих ограничений:

- тема проекта должна соответствовать профилю обучения (маркетинг в сфере культуры и спорта);
- тема курсового проекта должна быть увязана с темой будущей выпускной квалификационной работы (курсовой проект может быть частью выпускной квалификационной работы);
- проект должен решать общественно значимые культурно-просветительские цели;
- тема проекта должна быть актуальной и целесообразной для организационной (эмпирической) базы проекта, способствуя развитию конкретного учреждения культуры/спорта.

Организационная (эмпирическая) база проекта – это учреждение, в рамках которого и для которого разработан учебный проект. Выбор учреждения осуществляется студентом самостоятельно с учетом места практики или профессиональной деятельности.

Уточнение темы является конечным результатом предпроектного анализа проекта.

Примерные темы курсовых проектов:

1. Проведение благотворительной акции для детей с ограниченными возможностями на базе торгово-развлекательного центра.
2. Организация церемонии открытия выставки, посвященной героической тематике, на базе общеобразовательной организации.
3. Организация фотовыставки работ студентов в пространстве вуза.
4. Внедрение новой услуги в рамках общегородской акции «Ночь музеев».
5. Организация выставки японского искусства оригами в сельском центре культуры.
6. Продвижение фестиваля (события) в провинциальном городе.
7. Разработка PR-кампании новых услуг библиотечно-информационного центра.
8. Проведение музыкального мероприятия для аудитории «третьего возраста».
9. Организация юбилейного концерта детского музыкального театра в школе искусств.
10. Внедрение новой услуги в учреждении культуры (музее, театре и пр.).
11. Организация детского культурно-массового мероприятия в открытом городском пространстве.
12. Организация косплей-фестиваля в провинциальном городе.
13. Организация молодежного фестиваля художественного творчества.
14. Брендинг (ребрендинг) торгового комплекса на основе региональной истории.
15. Координационное сопровождение инклюзивного театра.
16. Разработка торговой марки (названия) организации.
17. Разработка коммуникационной политики продвижения услуг в учреждениях культуры/спорта.
18. Разработка рекламной кампании по продвижению организации/услуг культуры/спорта.

Рекомендуемые источники:

1. Боронина, Л. Н. Основы управления проектами / Л. Н. Боронина, З. В. Сенок. – Екатеринбург : Изд-во УрФУ, 2018. – 112 с.
2. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 422 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00725-1 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450229>.
3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство «Юрайт»,

2020. – 315 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-05189-6 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450531>.

4. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для вузов / С. Г. Коленько. – М. : Издательство «Юрайт», 2020. – 370 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-01521-8 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450584>.

5. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – М. : Издательство «Юрайт», 2019. – 314 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3285-0 // Образовательная платформа «Юрайт» [сайт]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/425984>.

6. Положение о курсовой работе ЕАСИ (в текущей редакции).

7. Положение об оформлении всех видов учебных и аттестационных работ ЕАСИ (в текущей редакции).

8. Рабочая программа дисциплины «Управление проектами». Екатеринбург : ЕАСИ (в текущей редакции).

Управление культуры Администрации города Екатеринбурга

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Екатеринбургская академия современного искусства»
(институт)

Кафедра социокультурного развития территории

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ С.В. Казакова
_____ 20 ____

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

на тему «Организация фотовыставки работ студентов в пространстве вуза»
по дисциплине «Управление проектами»
Направление 50.03.01. Искусства и гуманитарные науки
Направленность (профиль) «Арт- и спорт-маркетинг»

Студент гр. _____	_____	ФИО
Руководитель	_____	ФИО, должность
Нормоконтроль	_____	ФИО, должность

Екатеринбург, 2019

Образец типовой структуры курсового проекта**Оглавление**

Введение.....	3
Глава 1. Разработка организации и продвижения	?
1.1. Предпроектный анализ	?
1.2. Концепция (идея) проекта	?
1.3. Планирование (анализ) ресурсов проекта.....	?
Глава 2. Реализация проекта (название).....	?
2.1. Управление подсистемами проекта	?
2.2. Мониторинг проекта	?
Заключение.....	?
Список использованных источников.....	?
Приложения.....	?