Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 16:36:04
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
**(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)**

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан
_____ /А.В. Назаренко/
«26» февраля 2026

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
# «Управление творческими коллективами»

Направление подготовки
**42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль подготовки **«Продюсирование в креативных индустриях»**

Квалификация (степень) выпускника
**Магистр**

Форма обучения
**Очная, очно-заочная**

Москва 2026 г.

**Разработчик(и):**

Доцент кафедры РиСОМ, к.псх.н. /В.С. Матюшкин/

**Согласовано:**
Заведующий кафедрой «РиСОМ»,
к.э.н., доцент /Ю.О. Алтунина/

**Содержание**


1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине ... 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы ... 5
3. Структура и содержание дисциплины ... 5
   - 3.1. Виды учебной работы и трудоемкость ... 5
   - 3.2. Тематический план изучения дисциплины ... 6
   - 3.3. Содержание дисциплины ... 7
   - 3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий ... 8
   - 3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ) ... 8
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение ... 8
   - 4.1. Нормативные документы и ГОСТы ... 8
   - 4.2. Основная литература и нормативные акты ... 9
   - 4.3. дополнительная литература: ... 9
   - 4.4. Лицензионное программное обеспечение ... 9
   - 4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы ... 9
5. Материально-техническое обеспечение ... 9
6. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины ... 10
   - 6.1. Методические рекомендации преподавателю ... 10
   - 6.2. Методические указания обучающимся ... 11
7. Фонд оценочных средств по дисциплине ... 14
   - 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе ... 14
   - 7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания ... 15
   - 7.3. Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций ... 20

## 1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

**Цель** освоения дисциплины «Управление творческими коллективами» заключается в достижении обучающимися управленческих навыков в рамках творческих проектов.

К основным **задачам** освоения дисциплины «Управление творческими коллективами» следует отнести:

- рассмотреть определение понятия творческого процесса и его особенностей в коммерческой сфере;
- рассмотреть понятие и особенности функционирования творческого коллектива;
- изучить теорию и практику управления проектами в командах;

В результате освоения ОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Управление творческими коллективами»:

| Код компетенции | В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать |
|---|---|
| УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения<br>ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта<br>ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов |
| УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | ИУК-3.1. Демонстрирует управленческую компетентность, необходимую для формирования команды и руководства ее работой на основе разработанной стратегии сотрудничества<br>ИУК-3.2. Планирует, организует, мотивирует, оценивает и корректирует совместную деятельность по достижению поставленной цели с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов<br>ИУК-3.3. Применяет способы, методы и стратегии оптимизации социально-психологического климата в коллективе, предупреждения и разрешения конфликтов, технологии обучения и развития профессиональной и коммуникативной компетентности членов команды |

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление творческими коллективами» относится к обязательной части, блока Б1 Дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы магистратуры. Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Психология рекламы и связей с общественностью
- Теории коммуникации
- Технологии рекламы и связей с общественностью
- Социология рекламы
- Коммуникационные технологии медиаанализа
- Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Педагогическая практика
- Преддипломная практика
- Государственная итоговая аттестация.

## 3. Структура и содержание дисциплины

### 3.1. Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2 | 4 | | - |
| **Аудиторные занятия (всего)** | **36** | 36 | | | - |
| В том числе: | | | | | - |
| Лекции | 18 | 18 | | | - |
| Практические (семинарские) занятия (ПЗ) | 18 | 18 | | | - |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | - |
| **Самостоятельная работа (всего)** | **108** | 108 | | | - |
| В том числе: | | | | | - |
| Курсовой проект (работа) | | | | | - |
| Расчетно-графические работы | | | | | - |
| Реферат | | | | | - |
| Прочие виды СРС | 108 | 108 | | | - |
| Вид промежуточной аттестации: зачет | | | | | - |
| Общая трудоемкость час / зач. ед. | **144/4** | **144** | | | - |

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2 | 4 | | - |
| **Аудиторные занятия (всего)** | **18** | | 18 | | - |
| В том числе: | | | | | - |
| Лекции | 4 | | 4 | | - |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Практические (семинарские) занятия (ПЗ) | 14 | | 14 | | - |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | - |
| **Самостоятельная работа (всего)** | **126** | | 126 | | - |
| В том числе: | | | | | - |
| Курсовой проект (работа) | | | | | - |
| Расчетно-графические работы | | | | | - |
| Реферат | | | | | - |
| Прочие виды СРС | 126 | | 126 | | - |
| Вид промежуточной аттестации: зачет | | | | | - |
| Общая трудоемкость час / зач. ед. | **144/4** | | **144** | | - |

### 3.2. Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

| № | Название раздела | Всего часов | Аудиторные часы | | | Самостоятельная работа |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Лекции | Лаб.раб. | Практические занятия | |
| 1. | Тема 1. Понятие творчества и творческого процесса. | 24 | 3 | - | 3 | 18 |
| 2. | Тема 2. Особенности творческой деятельности в коммерческих проектах. | 24 | 3 | - | 3 | 18 |
| 3. | Тема 3. Коллектив и особенности творческих коллективов. | 24 | 3 | - | 3 | 18 |
| 4. | Тема 4. Управление проектами в творческой сфере | 24 | 3 | - | 3 | 18 |
| 5. | Тема 5. Управление человеческими ресурсами в творческих отделах. | 24 | 3 | - | 3 | 18 |
| 6. | Тема 6. Заказчик творческого проекта и его роль в проектной деятельности | 24 | 3 | - | 3 | 18 |
| | Зачет | | - | - | | |
| | Итого | 144 | 18 | | 18 | 108 |

3.2.2. Заочная форма обучения

| № | Название раздела | Всего часов | Аудиторные часы | | | Самостоятельная работа |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Лекции | Лаб.раб. | Практические занятия | |
| 1. | Тема 1. Понятие творчества и творческого процесса. | 24 | 1 | - | 3 | 20 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. | Тема 2. Особенности творческой деятельности в коммерческих проектах. | 24 | 1 | - | 3 | 20 |
| 3. | Тема 3. Коллектив и особенности творческих коллективов. | 24 | 1 | - | 3 | 20 |
| 4. | Тема 4. Управление проектами в творческой сфере | 24 | 1 | - | 3 | 20 |
| 5. | Тема 5. Управление человеческими ресурсами в творческих отделах. | 24 | - | - | 1 | 23 |
| 6. | Тема 6. Заказчик творческого проекта и его роль в проектной деятельности | 24 | - | - | 1 | 23 |
| | Зачет | | - | - | | |
| | Итого | 144 | 4 | - | 14 | 126 |

**3.3. Содержание дисциплины**

**Тема 1. Понятие творчества и творческого процесса.**

Данный модуль исследует фундаментальные основы творчества, рассматривая его не как спонтанное озарение, а как структурированный процесс. Слушатели изучат классические и современные модели творческого процесса (такие как подготовка, инкубация, озарение и верификация), поймут психологические механизмы генерации идей и факторы, влияющие на креативность, что позволит перевести творчество из разряда хаотичной деятельности в управляемое и продуктивное состояние.

**Тема 2. Особенности творческой деятельности в коммерческих проектах.**

Эта тема посвящена синтезу творческого подхода и коммерческих задач. Участники программы узнают, как работать с ключевыми ограничениями коммерческого проекта: бюджетом, сроками, целевой аудиторией и задачами бренда. Особое внимание уделяется развитию коммерческого мышления у креаторов, умению предлагать решения, которые не только оригинальны, но и эффективны для бизнеса, а также способности презентовать и отстаивать свои идеи с точки зрения их практической пользы.

**Тема 3. Коллектив и особенности творческих коллективов.**

Модуль фокусируется на специфике формирования и управления командой творческих специалистов. Изучаются роли в креативной команде (креативный директор, арт-директор, копирайтер и др.), методы создания атмосферы психологической безопасности для генерации идей, а также техники фасилитации и мозговых штурмов. Отдельно рассматриваются вопросы разрешения конфликтов, мотивации и поддержания высокого уровня вовлеченности каждого участника для достижения синергетического эффекта.

**Тема 4. Управление проектами в творческой сфере.**

Здесь слушатели осваивают инструменты и методики управления творческими проектами (такие как Agile, Scrum, Kanban), адаптированные под нестандартные задачи и итеративный процесс креативных индустрий. Темы включают планирование ресурсов, составление реалистичных таймлайнов, контроль качества на каждом этапе, управление рисками и коммуникацией, а также анализ актуальных трендов для создания продуктов, соответствующих запросам рынка.

**Тема 5. Управление человеческими ресурсами в творческих отделах.**

Эта тема углубляется в HR-специфику работы с творческими сотрудниками. Рассматриваются различия в мотивации, оценке эффективности и карьерном развитии

креаторов по сравнению с другими подразделениями. Участники научатся выявлять и развивать творческий потенциал, давать конструктивную обратную связь, предотвращать профессиональное выгорание и создавать организационную культуру, которая способствует инновациям и удерживает таланты.

**Тема 6. Заказчик творческого проекта и его роль в проектной деятельности.**

Заключительный модуль посвящен ключевой фигуре любого коммерческого проекта — заказчику. Анализируется его роль как соавтора и стейкхолдера, изучаются техники выявления истинных потребностей, эффективного брифинга, управления ожиданиями и построения долгосрочных партнерских отношений. Особый акцент делается на soft skills: коммуникации, аргументации, переговоров и работе с возражениями, что необходимо для успешной защиты концепций и достижения взаимопонимания.

### 3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

| № п/п | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (очн) | Трудоемкость (заочн) |
|---|---|---|---|
| 1 | Сравнение определений понятия «бренд» у разных авторов. | 3 | 3 |
| 2 | Сравнение самовыражения в творчестве и коммерческого творчества. | 3 | 3 |
| 3 | Деловая игра : роли в творческом коллективе | 3 | 3 |
| 4 | Сильные и слабые стороны инструментов и методик управления творческими проектами. | 3 | 3 |
| 5 | Мотивационные факторы развития творческой личности. | 3 | 1 |
| 6 | Типы закачиков творческого проекта. | 3 | 1 |
| | ИТОГО | 18 | 14 |

### 3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Курсовые работы не предусмотрены

## 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

### 4.1. Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) // КонсультантПлюс Текст : электронный // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/(дата обращения: 01.08. 2023).
2. Закон РФ "О средствах массовой информации" (СМИ) от 27.12.1991 N 2124-1 (последняя редакция)// КонсультантПлюс Текст : электронный // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/(дата обращения: 01.08. 2023).

### 4.2. Основная литература и нормативные акты

1. Л. Граттон, Т. Амабиле, К. Бефар [и др.] Управление командой: практическое пособие Москва: АльпинаПаблишер, 2017. URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495628 (дата обращения: 08.09.2025) – ISBN 978-5-9614-6496-2. – Текст : электронный

### 4.3. дополнительная литература:

2. Богданов, В.В. Теория и практика связей с общественностью: медиарилейшнз / В.В. Богданов, И.М. Комарова. – Новосибирск : НГТУ, 2011. – 59 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228824 (дата обращения: 15.11.2019). – ISBN 978-5-7782-1675-4. – Текст : электронный.
3. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 383 с. : схем., ил. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712 (дата обращения: 15.11.2019). – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 5-238-00771-X. – Текст : электронный.
4. Баженов, О.В. Информационное обеспечение стратегического менеджмента: планирование и анализ (на примере предприятий медной промышленности) / О.В. Баженов. – Москва : БИБЛИО-ГЛОБУС, 2013. – 216 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229651 (дата обращения: 14.11.2019). – ISBN 978-5-906454-11-9. – Текст : электронный.

### 4.4. Лицензионное программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007
3. KasperskyAnti-Virus

### 4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» http://www.consultant.ru, «Гарант» http://www.garant.ru
2. Официальный интернет-портал правовой информации http://pravo.gov.ru.
3. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru
4. Философский портал http://www.philosophy.ru
5. Электронная библиотека по философии http://filosof.historic.ru
6. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php
7. Библиотека русской религиозно-философской и художественной литературы «Вехи» http://www.vehi.net
8. Электронная библиотека http://books.atheism.ru/philosophy/
9. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал http://window.edu.ru
10. Научная электронная библиотека http://www.elibrary.ru
11. Российская государственная библиотека http://www.rsl.ru

## 5. Материально-техническое обеспечение

1. Аудитория для лекционных и практических занятий №1315, 1317, 1426, 1417.Аудитории для проведения занятий расположены в учебной корпусе по адресу: г. Москва, ул. Прянишникова, д.2а.
2. Переносной проектор для демонстрации слайдов при чтении лекций;
3. Ноутбук для демонстрации слайдов и чтения лекций.

## 6. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

### 6.1. Методические рекомендации преподавателю

Методика преподавания дисциплины «Управление творческими коллективами» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование таких активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся, как технологии деятельностного и диалогового обучения.

**Технологии деятельностного и диалогового обучения**

При проведении занятий в рамках учебной дисциплины «Управление творческими коллективами» используются образовательные технологии, основанных на использовании активных и интерактивных методов обучения.

Использование данных технологий подразумевает высокую степень включенности обучающихся в учебный процесс, активизацию их познавательной и творческой деятельности при решении поставленных задач.

Образовательные технологии, основанных на использовании активных и интерактивных методов обучения можно подразделить на неимитационные и имитационные.

Отличие занятий, проводимых с использованием неимитационных активных методов обучения, от имитационных – отсутствие имитационной модели изучаемого процесса или деятельности. Активизация обучения реализуется в основном за счёт использования постоянно действующих прямых и обратных связей между преподавателем и обучающимися, т. е. непосредственного (или опосредованного через современные средства телекоммуникаций) взаимодействия в решении творческих задач.

В рамках учебного курса «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» используют следующие неимитационные активные методы обучения:

**Проблемная лекция.** Важнейшим показателем «проблемности» характера обучения является наличие познавательной проблемы. Технология используется в рамках изучении тем № 1 и №2.

1. **Проблемный семинар (практическое занятие).**

Рабочей программой дисциплины предусмотрено проведение проблемных практических занятий в рамках изучения следующих тем №3 и №4

2. **«Мозговая атака»** или **«мозговой штурм»**.

Данная технология в рамках учебного темы №5 и № 6

также используется **технология case-study (кейс-технология),** как имитационный неигровой активный метод обучения.

Дисциплина «Управление творческими коллективами» является дисциплиной обязательной части цикла Б1. учебного плана и обеспечивает завершение формирования компетентности в тесной связи с важнейшими дисциплинами базовой и вариативной частей учебного плана.

В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Управление творческими коллективами».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Управление творческими коллективами» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на

основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и рабочего учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Структура и последовательность проведения лекционных занятий и практических занятий по дисциплине представлена п.5 настоящей рабочей программе. Проведение практических занятий ориентировано на использование заданий для практических занятий по дисциплине «Управление творческими коллективами».

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Управление творческими коллективами» рассматривается в п.5 рабочей программы.

Целесообразные к применению в рамках дисциплины «Управление творческими коллективами» образовательные технологии изложены в п.10 настоящей рабочей программы.

Методика определения итогового семестрового рейтинга обучающегося по дисциплине «Управление творческими коллективами» представлена в п.6 рабочей программы.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Брендинг в медисфере», приведен в п.8 настоящей рабочей программы.

### 6.2. Методические указания обучающимся

Методические указания по освоению дисциплины

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы.

Посещение лекционных занятий является обязательным. Пропуск лекционных занятий без уважительных причин и согласования с руководством Института коммуникаций и медиабизнеса в объеме более 40 % от общего количества предусмотренных учебным планом на семестр лекций влечет за собой невозможность аттестации по дисциплине «Управление творческими коллективами» по итогам семестра, так как студент не набирает минимально допустимого для получения итоговой аттестации по дисциплине количества баллов за посещение лекционных занятий.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к промежуточным и итоговым формам аттестации по дисциплине «Управление творческими коллективами» является одним из важнейших видов самостоятельной работы обучающегося в течение, необходимой для качественной подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине.

В ходе лекций обучающимся рекомендуется:

- вести конспектирование учебного материала. Допускается конспектирование лекционного материала письменным и компьютерным способом.
- обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью правильного понимания теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Для успешного овладения курсом необходимо посещать все лекции, так как тематический материал взаимосвязан между собой.

Практическое занятие – это активная форма учебного процесса в вузе. При подготовке к практическим занятиям обучающемуся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, учесть рекомендации преподавателя. Практические задания выполняются обучающимися в аудиториях и самостоятельно.

Практическое задание оценивается по критериям, представленным в Приложении 1к рабочей программе.

Проведение практических занятий по дисциплине «Управление творческими коллективами» осуществляется в формах, описанных в пункте 10 настоящей рабочей программы.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным. Пропуск практических занятий без уважительных причин и согласования с руководством Института коммуникаций и медиабизнеса в объеме более 50 % от общего количества предусмотренных учебным планом на семестр занятий даже при условии отличной работы на оставшихся занятиях влечет за собой невозможность аттестации по дисциплине по итогам семестра.

Работа на практических занятиях предусматривает обязательное наличие у обучающихся заданий для практических занятий по дисциплине «Управление творческими коллективами».

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной и научной литературы. Основная функция учебников - ориентировать обучающегося в системе знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими выпускниками.

Список основной и дополнительной литературы по дисциплине «Управление творческими коллективами» приведен в п.8 настоящей рабочей программы.

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.6 рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине «Управление творческими коллективами».

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к текущим и итоговым формам контроля по дисциплине является одним из важнейших видов самостоятельной работы обучающегося в течение семестра (см. соответствующие положения пункта 5.7 настоящей рабочей программы), необходимой для качественной подготовки к итоговой аттестации по дисциплине.

Возможной (по выбору обучающегося) формой СРС по дисциплине «Управление творческими коллективами» является подготовка научного доклада и выступление на научной конференции студентов, что позволяет увеличить итоговый семестровый рейтинг студента без применения каких-либо коэффициентов.

Тема доклада согласовывается с преподавателем, проводящим лекционные занятия по дисциплине «Управление творческими коллективами», и затрагивает актуальные вопросы бренд-менеджмента и управления брендом и его нематериальным активом -репутацией.

Требования к выполнению реферата. В целях приобретения обучающимся необходимой профессиональной подготовки, развития навыков самостоятельного научного поиска в учебном процессе института практикуется написание рефератов, в том числе и по курсу «Управление творческими коллективами».

Реферат (от лат. «докладывать», «сообщать») представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих научных и нормативных источников или изложение сути монографии, статьи, одним словом, первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами. Реферат представляет собой самостоятельную творческую работу, выполненную и оформленную согласно требованиям, предъявляемым к научным работам.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. Рекомендованная в п.7.2 тематика примерна. Поэтому обучающийся при желании может предложить сам ту или иную тему,

согласовав ее предварительно с преподавателем.

Содержание и оформление реферата. Прежде всего, необходимо обратить внимание на очень важную часть всякой работы - план, который должен раскрывать заявленную проблему. Единой схемы составления плана не существует. Первый элемент плана - введение, далее следует основная часть, заключение, ссылки на литературу и библиографический список. Страницы необходимо пронумеровать, реферат должен быть подписан и иметь дату завершения работы над текстом. Список используемой литературы должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТа.

Во введении необходимо обосновать актуальность проблемы, наметить пути ее анализа и решения, дать краткий аналитический обзор литературы и обосновать структуру изложения материала. Основная часть должна представлять последовательное изложение вопросов плана, каждому из вопросов должен предшествовать заголовок. Желательно, чтобы весь материал был равномерно распределен по вопросам, изложение каждого вопроса завершалось кратким выводом. Содержание каждого из разделов (параграфов) должно раскрывать его название. В заключении необходимо сделать концептуальный вывод по всей работе, который раскрывал бы заглавную проблему. Объем реферата от 15 до 20 печатных страниц.

Ссылки на литературу и нормативные акты могут быть как подстрочными на каждой странице, так и помещаться в конце работы, после заключения с новой страницы. Существуют разные варианты оформления сносок, но необходимо, чтобы в одной и той же работе они были единообразными.

Библиографический список завершает работу. В него необходимо включить все работы и нормативно-правовые акты, с которыми знакомился автор, а не только те, которые были цитированы в тексте работы. Они должны быть сгруппированы следующим образом:

- нормативные акты ;
- специальная литература (в алфавитном порядке);
- неопубликованные материалы;
- практические материалы.

Текст полностью написанной и оформленной работы подлежит тщательной проверке.

Критерии оценки реферата. Выполнение реферата оценивается по четырёх балльной шкале: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

Решение о необходимости и целесообразности публичной защиты, а также о механизме ее принимается руководителем реферата. Одной из форм публичной защиты реферата может являться доклад на семинаре (по усмотрению руководителя).

Представление реферата служит условием для допуска обучающегося к зачету по данной дисциплине.

Реферат, итоговая оценка которого является неудовлетворительной, дорабатывается и представляется на кафедру повторно к концу текущего семестра, до сроков проведения зачета по данной дисциплине.

Реферат сдаётся обучающимся на кафедру и хранится на ней.

Сведения о текущем контроле успеваемости обучающихся

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра путем регулярной проверки присутствия обучающегося на лекционных и практических занятиях, оценки качества и активности работы на практических занятиях при решении задач и в ходе блиц-опросов

Сведения о текущей работе студентов по дисциплине «Управление творческими коллективами» фиксируются преподавателем служат базовым основанием для формирования семестрового рейтинга по дисциплине.

Текущая аттестация по дисциплине «Управление творческими коллективами» проводится в семестре в формах контрольных работ и тестирования (см. п.6 рабочей программы).

*Методические указания для обучающихся по подготовке к тестированию*

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет обучающемуся оценить свои знания по дисциплине. Примерные вопросы теста представлены в приложении к рабочей программе.

Методические указания по подготовке к промежуточной/ итоговой аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине в 3 и 4 семестрах проходит в форме зачета.

Подготовка экзамену предполагает изучение рекомендуемой литературы и других источников, конспектов лекций, повторение материалов практических занятий.

К промежуточной аттестации допускаются только обучающиеся, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Управление творческими коллективами» – прошли промежуточный контроль: выполнили контрольные работы, написали реферат, прошли тестирование.

## 7. Фонд оценочных средств по дисциплине

### 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

| **Код компетенции** | **В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать** | **Форма контроля** | **Этапы формирования (разделы дисциплины)** |
|---|---|---|---|
| УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | **Промежуточный контроль:** зачет (2 семестр); (4 семестры). **Текущий контроль**: опрос на практических занятиях; самостоятельное выполнение тестов и заданий, написание рефератов, выполнение контрольных работ. | 1,3, 4, 5, 6 |
| УК-3 | Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели | **Промежуточный контроль:** зачет (2 семестр); (4 семестры). **Текущий контроль**: | 1-6 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | опрос на практических занятиях; самостоятельное выполнение тестов и заданий, написание рефератов, выполнение контрольных работ. | |

### 7.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

**7.2.1. Критерии оценки ответа на экзамене (формирование компетенций УК-2)**

**«5» (отлично):** обучающийся демонстрирует системные теоретические знания методологических основ инноваций и инновационной деятельности, знает этапы разработки и управления инновационными проектами, умеет оценивать эффективность инноваций и инновационной деятельности, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

Обучающийся:

на высоком уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

на высоком уровне владеетнавыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;

на высоком уровне владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

на высоком уровне владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью ;

на высоком уровне владеет технологиями командообразования и эффективного руководства.

**«4» (хорошо):** обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания и навыки методологических основ инноваций и инновационной деятельности, знает этапы разработки и управления инновационными проектами, умеет оценивать эффективность инноваций и инновационной деятельности, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

Обучающийся:

хорошо владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

хорошо владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов;

хорошо владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

хорошо владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью;

хорошо владеет технологиями командообразования и эффективного руководства .

**«3» (удовлетворительно):** обучающийся демонстрирует неглубокие знания и навыки методологических основ инноваций и инновационной деятельности, не знает этапы разработки и управления инновационными проектами, слабо умеет оценивать эффективность инноваций и инновационной деятельности, показывает недостаточное владение терминами, с трудом делает выводы и обобщения, приводит примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью и демонстрирует неспособность быстро реагировать на уточняющие вопросы, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

Обучающийся:

На удовлетворительном уровне владеетинавыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

На удовлетворительном уровне владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов;

На удовлетворительном уровне владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты (ОПК-4);

На удовлетворительном уровне владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью;

На удовлетворительном уровне владеет технологиями командообразования и эффективного руководства .

**«2» (неудовлетворительно):** обучающийся демонстрирует полное незнание методологических основ инноваций и инновационной деятельности, не знает этапы разработки и управления инновационными проектами, слабо умеет оценивать эффективность инноваций и инновационной деятельности, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

Обучающийся:

Не владеетнавыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

Не владеетнавыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;

Не владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

Не владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью;

Не владеет технологиями командообразования и эффективного руководства.

**7.2.2 Критерии оценки ответа на зачете**
**(формирование компетенций УК-2)**

| **Шкала оценивания** | **Описание** |
|---|---|

| | |
|---|---|
| Зачтено | Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.<br>Обучающийся:<br>Владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения;<br>Владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов (ОПК-2);<br>владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты (ОПК-4);<br>владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью;<br>владеет технологиями командообразования и эффективного руководства . |
| Не зачтено | Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.<br>Обучающийся:<br>не владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;<br>не владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;<br>не владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;<br>не владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью ;<br>не владеет технологиями командообразования и эффективного руководства . |

**7.2.3 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях (формирование компетенций УК-2)**

**«5» отлично:** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими

занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

Обучающийся:

на высоком уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

на высоком уровне владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;

на высоком уровне владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

на высоком уровне владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью ;

на высоком уровне владеет технологиями командообразования и эффективного руководства.

концептуальной и прикладной задачи в широком или междисциплинарном контексте .

**«4» хорошо:** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с некоторыми ошибками ответил на все контрольные вопросы, однако при их обнаружении успешно исправляет их, демонстрирует среднюю активность на практических занятиях.

Обучающийся:

хорошо владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

хорошо владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;

хорошо владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

хорошо владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью;

хорошо владеет технологиями командообразования и эффективного руководства .

**«3» удовлетворительно:** выполнены не все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, в работах обучающегося обнаружены ошибки в большинстве ответов на контрольные вопросы, при их обнаружении испытывает трудности с их исправлением, демонстрирует низкую активность на практических занятиях.

Обучающийся:

На удовлетворительном уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

На удовлетворительном уровне владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;

На удовлетворительном уровне владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

На удовлетворительном уровне владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью ;

На удовлетворительном уровне владеет технологиями командообразования и эффективного руководства .

**«2» неудовлетворительно:** не выполнены практические задания, предусмотренные

практическими занятиями, в работах, демонстрирует низкую активность на практических занятиях, отмечается большое число пропусков практических занятий.

Обучающийся:

не владеет техниками планирования и принятия решений в нестандартных ситуациях ;

Не владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

Не владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;

Не владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

Не владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью;

Не владеет технологиями командообразования и эффективного руководства .

**7.2.4 Критерии оценки контрольной работы**
**(формирование компетенций УК-2)**

**«5» отлично:** все задания контрольной работы выполнены без ошибок в течение отведенного на работу времени; работа выполнена самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; отсутствуют орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

на высоком уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

на высоком уровне владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;

на высоком уровне владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

на высоком уровне владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью ;

на высоком уровне владеет технологиями командообразования и эффективного руководства .

**«4» хорошо:** задания в контрольной работе выполнены с незначительными ошибками в течение отведенного на работу времени; работа выполнена самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; присутствуют незначительные орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

хорошо владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

хорошо владеетн авыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;

хорошо владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

хорошо владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью;

хорошо владеет технологиями командообразования и эффективного руководства.

**«3» удовлетворительно:** отмечается множество ошибок в заданиях контрольной работы; работа сдана не в срок; сделаны неправильно выводы и обобщения; присутствуют грубые орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

На удовлетворительном уровне владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения

На удовлетворительном уровне владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов

На удовлетворительном уровне владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты;

На удовлетворительном уровне владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью;

На удовлетворительном уровне владеет технологиями командообразования и эффективного руководства.

**«2» неудовлетворительно:** работа не сдана или задания в контрольной работе выполнены не полностью или неправильно; отсутствуют или сделаны неправильно выводы и обобщения; присутствуют грубые орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

Не владеет навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения ;

Не владеет навыками соблюдения принципа беспристрастности и баланса интересов в создаваемых медиа текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ;

Не владеет навыками изучения и прогнозирования потенциальной реакции целевой аудитории на создаваемые медиатексты и (или) медиапродукты ;

Не владеет методами организации и управления подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью;

Не владеет технологиями командообразования и эффективного руководства .

### 7.3. Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего и промежуточного контроля по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора компетенций, предусмотренных ОП по дисциплине.

#### 7.3.1. Промежуточный контроль (вопросы к зачету) (формирование компетенций УК-2)

1. Опишите основные стадии классической модели творческого процесса по Грэму Уолласу. Какая стадия, на ваш взгляд, наиболее критична для успеха коммерческого проекта и почему?
2. Назовите три основных ограничения, с которыми сталкивается творческий специалист в коммерческом проекте. Приведите пример, как одно из этих ограничений может стать стимулом для креативного решения, а не барьером.
3. В чем заключается ключевое отличие роли «креативного директора» от «арт-директора» в современном творческом коллективе?
4. Почему гибкие методологии управления (например, Agile/Scrum) часто считаются более подходящими для творческих проектов по сравнению с классическим водопадным подходом (Waterfall)?
5. Какие нематериальные факторы мотивации (не денежные) являются наиболее эффективными для сотрудников творческого отдела и почему?
6. (Что такое «креативный бриф» и какие ключевые элементы он должен содержать для эффективного старта проекта?
7. Как бы вы объяснили клиенту, что этап «инкубации» в творческом процессе необходим и его нельзя исключить ради ускорения работы, даже если проект коммерческий и сжат по срокам?
8. Какие техники или правила вы бы внедрили для проведения эффективного и продуктивного мозгового штурма в творческом коллективе, чтобы минимизировать конфликты и максимизировать генерацию идей?
9. На каком этапе управления творческим проектом взаимодействие с заказчиком является наиболее интенсивным и критически важным? Опишите идеальный процесс согласования промежуточных результатов на этом этапе.
10. Заказчик просит внести правки, которые, по вашему профессиональному мнению, ухудшат эффективность креативной концепции. Ваши действия? Опишите алгоритм аргументированного отказа.
11. Что такое «Управление рисками» в творческом проекте? Приведите три примера типичных рисков для such a project и предложите методы их mitigation (снижения воздействия).
12. Опишите идеальную, на ваш взгляд, систему регулярной обратной связи (feedback) для дизайнера или копирайтера. Как часто она должна происходить и какие вопросы обсуждать?
13. Что такое «синергия» в контексте творческого коллектива и каковы условия ее достижения?
14. Какую роль заказчик может играть на стадии «верификации» творческого процесса? Как правильно вовлечь его в этот этап, не дав разрушить результат?
15. Если бы вам нужно было сформулировать главное противоречие, которое менеджеру приходится балансировать в управлении творческими проектами, что бы это было? (Например, «Свобода творчества vs. Бизнес-требования»). Аргументируйте свой выбор.