

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Романчук Иван Сергеевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 17.01.2025 15:54:36  
Уникальный программный ключ:  
6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

Приложение к рабочей  
программе дисциплины

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	Управление проектами и коммуникационный маркетинг в фитнесе и массовом спорте
Направление подготовки / Специальность	49.04.01 «Физическая культура»
Направленность (профиль) / Специализация	Индустрия фитнеса и массового спорта
Форма обучения	очная
Разработчик(и)	Насонов Владимир Владимирович, доцент

## 1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися

### 1. Управление содержанием проекта в индустрии спорта

Знать, что есть инициация проекта, формирование идеи (замысла) проекта и его миссии, разработка концепции проекта, сбор требований и предварительный анализ осуществимости проекта, проектный анализ и технико-экономическое обоснование проекта, маркетинговый, технический, экономический, финансовый, организационный, социальный, экологический анализ проекта, прединвестиционные исследования и критерии оценки инвестиционного проекта, структурная декомпозиция проекта как основа определения предметной области проекта.

### 2. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций

Знать функции и виды рекламы, приемы планирования и проведения рекламной кампании, выбора оптимального сочетания средств распространения рекламы, анализ эффективности рекламной деятельности, основы разработки рекламных обращений.

## 2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак.ч.)
1	2	3	4	5	6
1	Танцы для всех	Метод проектов	Презентация	15	15
2	Кубок России по бодибилдингу	Метод проектов	Презентация	15	15
3	Директор hr-отдела	Метод проектов	Презентация	15	15
4	Подготовка к занятиям	Повторение материала и изучение дополнительной литературы	Участие в обсуждениях	0	15
5	Подготовка к экзамену	Повторение изученного материала и выполнение контрольных заданий	Успешное выполнение контрольных	0	24

### 3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

- Проект «Танцы для всех»

Метод проектов

**Условие:**

Вы - заслуженный тренер Тюменской области по танцевальному спорту и владелец Танцевального спортивного клуба (ТСК) «Венера». В данный момент у Вас появилась потребность расширить свой бизнес. В Вашем городе есть 4 ТСК, в которых обучающиеся в возрасте «25+» принимают участие в соревнованиях в категории «Хобби-класс». Ваши конкуренты:

1) ТСК «Импульс». Молодой танцевальный клуб, активно развивающийся и рекламирующий свои услуги как на радио, так и в социальных сетях. Специализируется в основном на подготовке спортсменов детского возраста – категории Дети-1, Дети-2, Юниоры-1. Филиалов ТСК не имеет, находится в центре города. Клуб имеет 3 пары категории «Хобби», которые тренируются уже год. На соревнованиях призовых мест не занимали, в силу небольшого стажа. Тренера – спортсмены, получившие образование Тюменского государственного института культуры и искусств, кафедры спортивного бального танца. Закончили танцевальную карьеру совсем недавно, имеют КМС. Цена абонемента за месяц в категории «Хобби» - 2500 руб.

2) ТСК «Созвездие». Основатели клуба – семейная пара, заслуженные тренеры России, Мастера спорта по спортивным бальным танцам, известные еще в 2000 году. Клуб имеет авторитет в мире танцевального спорта Тюменской области. Ежегодно организует свой турнир под созвучным названием «Кубок «Созвездие». Имеет 2 филиала в городе, в разных районах. Наполнен как детскими группами, так и группами категории «Хобби» (10 пар). Является победителем Чемпионата России – 2009 года среди команд формейшн в латиноамериканской программе в категории «Хобби». Цена абонемента за месяц в категории «Хобби» - 3000 руб.

3) ТСК «Аист». Клуб основан в 2015 году Мастером танцевального спорта Синицыным Артемом Ивановичем. Спортсмен известен, как бизнесмен, имеющий сеть спортивных магазинов, пользующихся спросом у покупателей. Также имеет собственное помещение, в котором, кроме зала для занятий спортивными бальными танцами, есть тренажерный зал и сауна. Спортсмены, занимающиеся танцами в группе «Хобби-класс», имеют возможность посещать все залы спортивного клуба в счет абонемента на занятия танцами. Стоимость такого абонемента составляет 3200 рублей в месяц. Группа «Хобби» постоянно пополняется новичками. Сейчас численность пар «Хобби-класса» составляет 9 пар. Клуб находится в развивающемся районе, имеющем хорошие транспортные развязки.

4) ТСК «Вереск». Основан в 2010 году танцорами-любителями, выступающих в категории «Хобби-класс» уже в течение 15 лет. Имеют тренерскую категорию и большие связи с тренерами группы «Хобби» из города Екатеринбург. «Вереск» специализируется на обучении танцоров именно этой возрастной категории. Численность клуба составляет 15 пар. В клубе часто проходят мастер-классы от приглашенных заслуженных тренеров. Местонахождение – центр города. Пары ТСК «Вереск» - призеры Областных и Всероссийских соревнований. ТСК часто принимает участие в благотворительных концертах, чем ярко рекламирует себя в городе. Абонемент за месяц – 2000 руб.

На соревнования каждый ТСК выставляет 1-3 пары. В Вашем ТСК есть приезжие преподаватели из г.Москва, которые имеют большой опыт в преподавании для танцоров “Хобби класс”.

**ЗАДАЧА 1.** Поставить цель по методике SMART для запуска проекта “Танцы для всех”.

“Танцы для всех” - это проект для начинающих и продолжающих танцоров в возрасте 25+. Занятия будут проводиться в вечернее время с именитыми преподавателями. Участие в проекте составляет 400 рублей в месяц, так как бесплатное обучение не ценится, не возлагает ответственности на учеников.

Цель проекта - сделать “Хобби класс” доступнее, без потери возможности обучения у профессионалов.

Вы обещаете клиентам достойный выход на соревнования через полгода обучения, возможность постановки хореографических номеров по личному запросу, разработку авторского костюма, подбор музыкальной композиции, участие в мероприятиях городского, областного, регионального уровня.

Методика SMART помогает сформулировать желаемое и планируемое. Это просто форма записей ваших целей, а не инструкция по их достижению. Постановка целей по SMART дает нам понимание и возможность спрогнозировать результаты. Каждый Критерий методики трансформирует и уточняет цель.



**КОНКРЕТНАЯ**

Абстрактные цели никогда не сбудутся. Задача должна быть конкретной и понятной для мозга, а именно содержать даты, цифры или точные места. Без слов “когда-нибудь”, “много” или “куда-то”.



**ИЗМЕРИМАЯ**

Задача должна быть поставлена так, чтобы в конце её можно было оценить. Это когда прочитав её содержание после выполнения, Вы сразу поняли получилось ли реализовать и на сколько процентов.



### ДОСТИЖИМАЯ

Ставьте цели, для которых у Вас достаточно знаний, и навыков или те, что уже находятся в зоне роста. Если они кажутся недостижимыми, лучше поставьте пока более простую и доступную цель - промежуточную.



### АКТУАЛЬНАЯ/ЗНАЧИМАЯ

Этот критерий требует к себе вопрос - “Почему я этого хочу?”. Это поможет понять, а точно ли нужна эта цель или её лучше заменить на более полезную. Если не уверены, попробуйте начать, но на середине снова спросите: надо ли продолжать путь?



### ОГРАНИЧЕНА СРОКОМ

Поставьте срок, к которому необходимо достичь цель. Это стимулирует и не дает расслабиться. Только ставьте реальный дэдлайн, чтобы сделать качественно, но и не растягивая на несколько лет.

Проект “Танцы для всех”

Цель:	Дата реализации:
Что сделать для достижения цели:	
→	→
→	→
→	→

Цель:	Дата реализации:
Что сделать для достижения цели:	
→	→
→	→
→	→

Цель:	Дата реализации:
Что сделать для достижения цели:	

→	→
→	→
→	→

Цель:	Дата реализации:
Что сделать для достижения цели:	
→	→
→	→
→	→

**ЗАДАЧА 2.** Проведите анализ конкурентов с помощью «многоугольника конкурентоспособности».

«Многоугольник конкурентоспособности» — метод, позволяющий достаточно быстро провести анализ конкурентоспособности товара компании в сравнении с ключевыми конкурентами и разработать эффективные мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности продукции. В статье мы предлагаем на готовом примере разобрать построение многоугольника конкурентоспособности предприятия. К статье также прилагается удобный шаблон, с помощью которого вы можете построить многоугольник конкурентоспособности для продукта вашей компании.

Суть данного метода заключается в сравнительной оценке ключевых свойств товара компании и товаров конкурентов, и в последующей визуализации результатов сравнения в форме многоугольника:

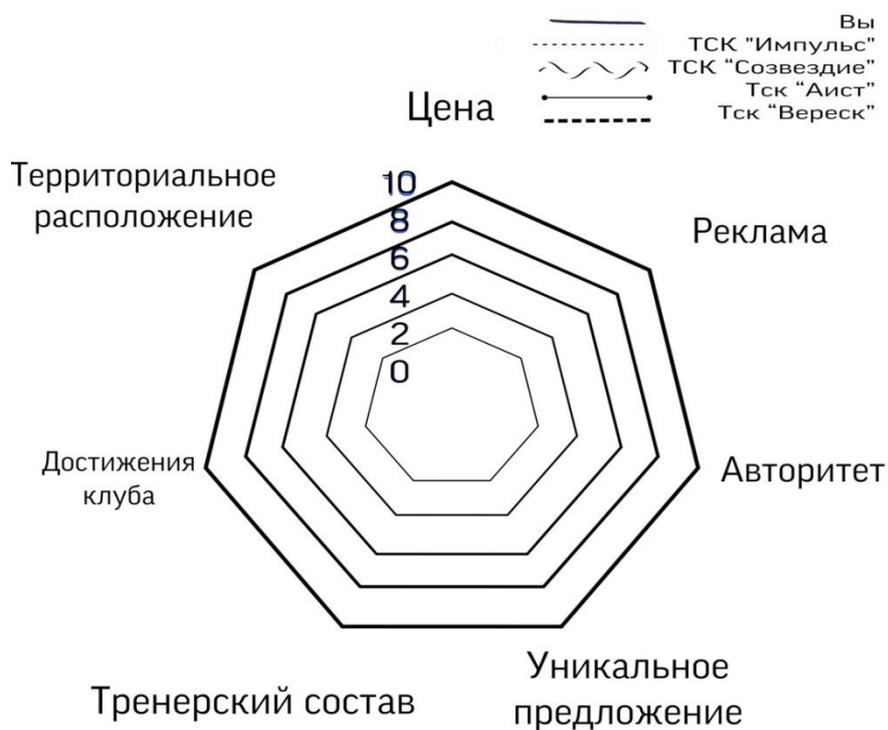
каждая грань такого многоугольника представляет отдельную характеристику товара, по которой проводится сравнительная оценка.

Пример построения и использования многоугольника конкурентоспособности:

использовать метод построения многоугольника конкурентоспособности на практике очень просто! Для этого достаточно пройти три последовательных этапа анализа.

Сперва определите ключевые критерии товара компании, которые влияют на приверженность и удовлетворенность товаром, прибыль от продажи товара и привлекательность товара для целевой аудитории. Затем оцените конкурентоспособность вашего товара и товара конкурентов по 10-ти бальной шкале, где 1 — самый низкий балл, а 10 — максимальный балл. И в заключении составьте план действий по улучшению конкурентоспособности товара по тем критериям, которые ниже конкурентов.

Критерии конкурентоспособности	Вы	ТСК "Импульс"	ТСК "Созвездие"	ТСК "Аист"	ТСК "Вереск"	План действий по улучшению КП
Цена						
Реклама						
Тренерский состав						
Авторитет						
Уникальное предложение						
Территориальное расположение						
Достижение клуба						



**ЗАДАЧА 3.** Распределите этапы в определенные фазы жизненного цикла проекта “Танцы для всех”.

**Этапы:**

1. Анализ инвестиционных возможностей
2. Разработка проектной документации
3. Детальный план работы
4. Испытание проекта
5. Бюджет проекта
6. Бизнес-план
7. Завершение инвестиционной фазы проекта

8. Система контроля и оперативного управления
9. Контракты
10. Оценка проекта, концепции проекта
11. Принятие решения про инвестирование
12. Составление плана проекта
13. Подведение итогов
14. Организационная форма и участники проекта



Жизненные циклы проекта понимаются как определенные фазы, через которые проходит тот или иной замысел в процессе своей реализации, а также функционирования. Такое разделение важно не только с теоретической, но также и с практической точки зрения, ведь оно дает возможность лучше контролировать процесс производства.

Определение термина Понятие жизненного цикла проекта подразумевает под собой определенную последовательность этапов по реализации той или иной идеи касательно производственного или управленческого процесса. Роль данного понятия может быть выражена в следующих утверждениях:

- определяет продолжительность проекта, четко обозначая даты его начала и завершения; позволяет детализировать процесс реализации замысла, разбивая его на конкретные фазы;
- дает возможность четко определить количество задействованного персонала, а также необходимые ресурсы;
- облегчает процедуру контроля.

#### *Особенности жизненного цикла проекта*

Жизненные циклы проекта, как уже было сказано выше, могут быть выстроены индивидуально с учетом специфики того или иного предприятия. Тем не менее, все они имеют некоторые общие особенности, а именно:

- Наибольшим количеством затрат и персонала, задействованного в реализации проекта, является середина цикла. Начало и конец данного процесса характеризуются невысокими показателями.
- На первом этапе наблюдается наибольший уровень риска, а также неуверенности и сомнений по поводу успешного исхода деятельности.
- В начале жизненного цикла проекта участники имеют огромные возможности касательно внесения изменений и совершенствования методик достижения целей.

С течением времени это становится сделать все сложнее.

#### **Фазы:**

## ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОЕКТА



- Критерии оценивания:  
формирование навыков разработки проектов (0-5 баллов);  
уникальность предложенных мыслей и идей в проекте (0-5 баллов);  
структурированное планирование (0-5 баллов).

- **Кубок России по бодибилдингу**

### Метод проектов

В течение последних 5-7 лет интерес общественности к бодибилдингу как к виду спорта вновь увеличился в разы. Все больше и больше молодых людей, и девушек начинают активно изучать мир фитнеса, занимаясь в тренажерных залах. Стоит отметить, что и количество фитнес-клубов, и качество предоставляемых услуг в данной сфере возрастает. Тюмень считается одним из «исторических городов» в сфере развития бодибилдинга. В далеком 1967 году 20 февраля благодаря Колтуну Евгению Исидоровичу при обкоме ВЛКСМ был зарегистрирован первый в Тюмени атлетический клуб «Антей». Данную дату можно считать отправной точкой в сфере развития данного вида спорта Тюмени и Тюменской области.

На сегодняшний день общественная организация «Федерация бодибилдинга Тюменской области» в период с 16-20 апреля 2020 года проводит 33й Кубок России по бодибилдингу.

Цели и задачи данного мероприятия следующие:

- развитие бодибилдинга и его дисциплин в Российской Федерации;
- подготовка спортивного резерва;
- повышение спортивного мастерства спортсменов;
- выявление сильнейших спортсменов для отбора и формирования списка кандидатов в спортивные сборные команды России для подготовки к международным спортивным соревнованиям и участия в них от имени Российской Федерации;
- популяризация занятий фитнесом и бодибилдингом;
- пропаганда ЗОЖ

Общее руководство организацией Соревнований осуществляют:

- Федерация бодибилдинга России (ФББР),
- Департамент по физической культуре, спорту и доп. образованию Тюменской области,
- Государственное автономное учреждение «Центр спортивной подготовки Тюменской области (далее – ГАУ «ЦСП72»)),
- ОО «Федерации бодибилдинга Тюменской области».

Также, для проведения соревнований будут приглашены различные спонсоры (Сервисы доставки

правильного питания, магазины спортивных товаров и добавок), которые будут представлять свою продукцию непосредственно в ЭКСПО-зоне на месте проведения соревнований.

**Задача 1.** В соответствии со структурой Г. Лассуэлла составьте поэтапный процесс убеждения, направленного на пропаганду и активное вовлечение населения в занятия фитнесом и бодибилдингом (исходя из целей мероприятия), выделяя следующие разделы исследования коммуникации, каждый из которых представляет ответ на соответствующий вопрос (таблица 8.1). Оцените эффективность влияния вашего сообщения (убеждения) на аудиторию (публику) на основании возникшего интереса содержания сообщения или отсутствия такого интереса.

Таблица 8.1. Формула Г. Лассуэлла

Кто сообщает?	Коммуникатор	Анализ управления
Что?	Сообщение (информация)	Анализ содержания
По какому каналу?	Канал передачи	Анализ средств и каналов
Кому?	Коммуникант (аудитория)	Анализ аудитории
С каким эффектом?	Обратная связь	Анализ результата

**А)** Определите целевую аудиторию и на основе выбора проанализируйте какое время вещания (трансляции) должно быть продуктивным и какие из представленных СМИ будут наиболее эффективны в распространении информации о нашем мероприятии.

1) Печатная пресса. Это журналы, газеты, альманахи и другие периодические издания, использующие в качестве «носителя информации» традиционную бумагу. Это старейший из ныне существующих видов СМИ. В последние десятилетия активно вопрос о том, если ли у печатной прессы будущее, или она полностью исчезнет под натиском более современных электронных СМИ. Однако говорить о скорой смерти печати пока рано — доверие людей к печатным публикациям выше, чем к тому, что «пишут в Интернете». И на фоне общемировой эпидемии фейковых новостей востребованность традиционных СМИ как источника «проверенной информации» растет. При этом, как свидетельствуют данные исследования, проведенного социологической компанией Kantar в 2017 году, на первом месте по «уровню доверия» оказываются как раз печатные газеты и журналы.

2) Радио. Специфика этого вида СМИ очевидна: технологии радиовещания позволяют передавать звук, причем в режиме «реального времени», что обеспечивает оперативность, позволяет вести диалоги в прямом эфире, обеспечивает интерактивность и т.д. При этом радио — единственное современное СМИ не являющееся «пожирателем времени»: процесс получения информации «через уши» можно совмещать с любыми другими занятиями.

3) Телевидение — технология, позволяющая передавать по электроволнам движущееся изображение, которое чаще всего сопровождается еще и звуком. Телевидение как СМИ лишь ненамного моложе радио — первый телеканал с регулярным вещанием был запущен в Германии в 1934 году. Возможность подкрепить рассказ соответствующим видеорядом, превратить телезрителей в свидетелей события, обеспечила телевизионным СМИ огромный кредит доверия. Телевидение и сейчас остается наиболее влиятельным видом СМИ. По данным опроса фонда «Общественное мнение», в 2017 году именно TV являлось основным источником информации для 78% граждан России.

4) Информационные агентства - основная задача которых — сбор и передача в редакции СМИ оперативной информации, не всегда относят к средствам массовой информации. Однако в соответствии с российским законом о СМИ на них распространяется одновременно и статус редакции, и распространителя информации; и работа их протекает в том же правовом поле, что и

работа других масс-медиа.

5) **Интернет-СМИ.** Их часто называют «электронными средствами массовой информации», однако этот термин нельзя называть точным — ведь и радио, и телевидение также используют для передачи информации электронные технологии. Интернет-СМИ — молодой и стремительно растущий сегмент медиа. Интернет-СМИ могут быть самыми разнообразными — начиная от электронных журналов и заканчивая интернет-радиостанциями или заканчивая личными блогами.

**Дневное время,** которое настает в 7 утра и длится до 16-30 в будние дни. В данном случае предполагается, что аудитория телеканалов будет незначительной с преобладанием женщин.

**Прайм-тайм** с понедельника по субботу. Он длится с 20.00 до 23.00. В воскресенье временной промежуток изменяется – прайм-тайм начинается в 19.00 и длится до 23.00. В это время у телевизоров собирается максимум человек.

**Позднее вечернее время,** которое наступает после 11 часов вечера. В этот момент процент аудитории снижается, ее составляет взрослая аудитория.

**Новостное время** – в это время транслируются основные новостные программы.

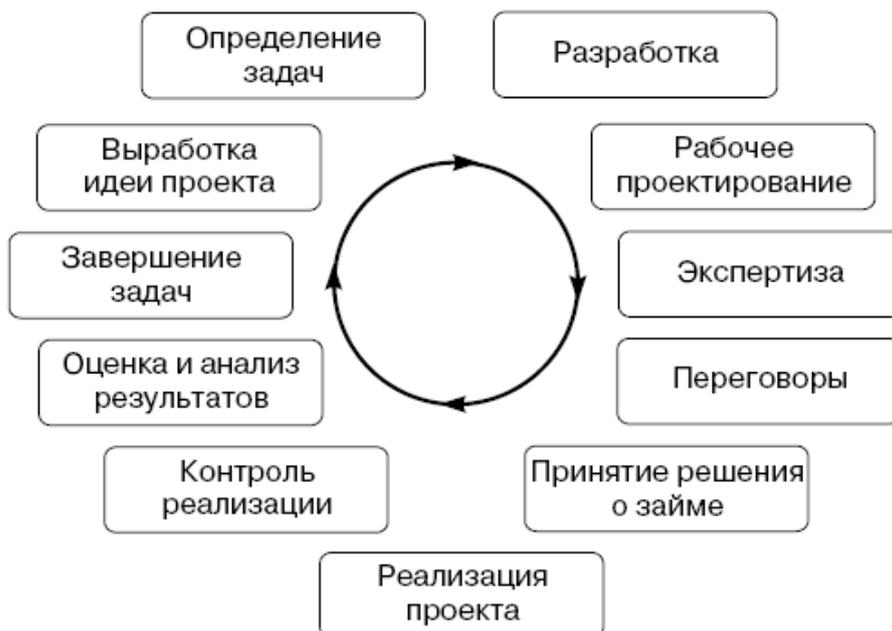
**Спортивное время** – транслируются спортивные мероприятия, охват преимущественно мужской аудитории.

**Детское время** – чаще всего это утро субботы, воскресенья и других выходных дней. Транслируются передачи для детей.

**Задача 2.** В процессе реализации того или иного замысла касательно производственного процесса или прочих проведенных мероприятий можно выделить несколько последовательных моментов. Так, принято выделять следующие этапы жизненного цикла проекта. На основе имеющихся данных обозначьте стадии данного проекта о проведении Кубка России по бодибилдингу в городе Тюмень.



Используя (частично используя) данную схему и ваши ответы в задании выше - доработайте/или измените ее (убрать лишнее/добавить/соединить стрелками) для описания вашего проекта о проведении соревнований.



### Задача 3.

На основе выше полученной информации составьте SWOT-анализ для проекта о проведении соревнований по бодибилдингу.

Внутренние сильные стороны	Внутренние слабые стороны
Благоприятные возможности	Внешние угрозы

- популяризация сферы фитнеса и бодибилдинга;
- возможность пиар-компании для спонсоров;
- привлечение крупного спонсора/инвестора;
- временные задержки во время выступления категорий;
- необъективное судейство;
- пропаганда ЗОЖ;
- возможность познакомиться с известными людьми в данной сфере;
- падение интереса общественности к сфере бодибилдинга и фитнеса;
- рост цен на услуги гримёров/фотографов/визажистов на соревнованиях;
- увеличение общей стоимости выступления на соревнованиях;
- проведение соревнований за рубежом;
- высокие членские взносы;
- развитая пиар-компания для атлетов;
- возможность для атлетов «заработать» спонсора
- освещённость СМИ о мероприятии;
- не точный временной регламент соревнований;
- недостаточность площади помещения;
- проведение соревнований в 3дня;
- невысокая цена билетов для зрителей;
- возможность желающим сопровождать атлета за сценой за дополнительный взнос;
- ранее начало и позднее время окончания соревнований, и др...

**Задача 4.** На основе выше полученной информации о мероприятии и SWOT-анализе о нем, подготовьте PEST-анализ для данного проекта.

Политические факторы	↓	Экономические факторы	↓
введение антидопинговых правил; ...		...	
Социально-культурные факторы	↓	Технологические факторы	↓
рост заинтересованности видом спорта; ...		улучшенная и ускоренная технология нанесения грима; ...	

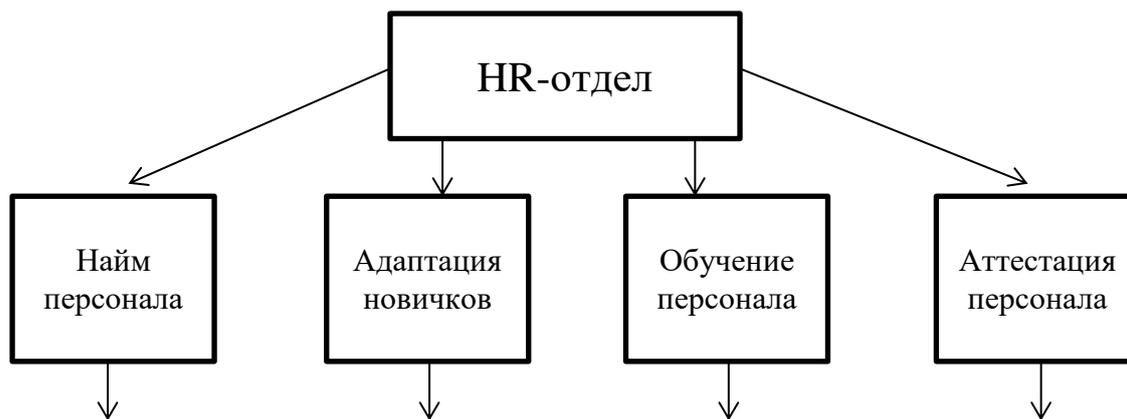
Объясните свой ответ, почему именно эти факторы вы решили вписать в таблицу.

- Критерии оценивания:  
 формирование навыков разработки проектов (0-5 баллов);  
 уникальность предложенных мыслей и идей в проекте (0-5 баллов);  
 структурированное планирование (0-5 баллов).

- Директор hr-отдела  
 Метод проектов

**Ситуация:** Вы устраиваетесь на новое место работы в качестве «Директора отдела по персоналу». Прежний директор работал бесструктурно и бессистемно, поэтому эффективность отдела резко упала. Высшее руководство поставило перед вами задачу наладить процесс работы отдела, решив при этом следующие задачи.

**Задача 1.** Выстроить структуру (рис. 1) для эффективной работы HR отдела, определив место и последовательность следующих функций. (Объясни свое решение)



**Рис.1. – Структура работы HR-отдела**

**Функции:**

- |                                  |                                   |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Личное интервью с кандидатом  | 11. Знакомство с инструкцией      |
| 2. Поиск                         | 12. Выбор методов обучения        |
| 3. Назначение наставника         | 13. Знакомство с коллективом      |
| 4. Формирование состава комиссии | 14. Показ рабочего места          |
| 5. Решение комиссии              | 15. Процесс обучения              |
| 6. Оценка персонала              | 16. Знакомство с организацией     |
| 7. Определение потребности       | 17. Телефонное интервью           |
| 8. Требования к должности        | 18. Оценка эффективности обучения |
| 9. Формирование бюджета          | 19. Отбор лучших кандидатов       |
| 10. Требования к кандидату       | 20. Устройство на работу          |

**Задача 2.** Выстроить таблицу функционального разделения труда HR-отдела. (Объяснить свое решение)

**Таблица 1.**

**Функциональное разделение труда HR-отдела**

Функция	Сотрудники УРКП		
	Директор HR-отдела	Специалист по персоналу	Спец. по развитию персонала
1. Создание резерва кадров и его обучение	Р	СО	П
2. Подбор и размещение кадров	Р	ОП	С
3. Составление плана потребности персонала			
4. Оформление документации на награждение			
5. Оформление подбора, перевода, увольнение работников	Р		-
6. Изучение причин текучести кадров			
7. Осуществление контроля за правильным использованием персонала			
8. Управление стабилизацией кадрового состава	Р	СО	-
9. Проведение учета личных дел	Р		
10. Управление лояльностью и удовлетворенностью трудом			
11. Работа по профессиональному продвижению кадров			
12. Рассмотрение писем, жалоб, заявлений сотрудников			

13. Создание мотивации персонала к труду			
14. Усовершенствование стиля и метода работы с персоналом			
15. Анализ профессионального, возрастного, по образованию состава персонала		ОП	-

*О* – отвечает за выполнение данной функции, организует ее исполнение подготавливает и оформляет окончательный документ; *П* – представляет исходные данные, информацию, необходимые для выполнения данной функции; *С* – согласовывает подготовленный документ или отдельные вопросы в процессе выполнения функций; *Р* – принимает решение, утверждает, подписывает документ.

**Задача 3.** Выстроить оперограмму процесса адаптации (таблица 2) и обучения персонала (таблица 3), распределив обязанности между сотрудниками. (Объясни свое решение).

**Таблица 2.**

**Оперограмма процесса адаптации нового сотрудника**

Наименование операции	Исполнители			
	Директор HR-отдела	Специалист HR-отдела	Наставник	Новый сотрудник
1. Составление плана мероприятий		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Введение в организацию: ознакомление с локальными нормативными актами			<input type="checkbox"/>	
3. Введение в подразделения: знакомство работника с местом и ролью структурного подразделения в структуре организации, его задачами и функциями				
4. Знакомство с коллективом организации				
5. Знакомство с расположением производственных, служебных и бытовых помещений				
6. Вхождение в должность: знакомство с должностной инструкцией				
7. Определение критериев эффективности деятельности работника в период адаптации				
8. Контроль процесса адаптации	<input type="checkbox"/>			
9. Оценка деятельности работника в период адаптации				
10. Принятие решения об окончании адаптации или её продлении	<input type="checkbox"/>			

Таблица 3.

## Оперограмма процесса обучения персонала

Наименование операции	Исполнители			
	Директор организации	Директор HR-отдела	Специалист HR-отдела	Сотрудник
1. Разработка программы обучения и программы повышения квалификации		<input type="text"/>	<input type="text"/>	
2. Составление плана и бюджета на обучение		<input type="text"/>		
3. Утверждение бюджета				
4. Определение потребности в обучении				
5. Направление сотрудника на обучение				<input type="text"/>
6. Предоставление копий документов и сертификатов о прохождении обучения				<input type="text"/>
7. Оценка качества оказанных образовательных услуг (проведение анкетирования)			<input type="text"/>	

**Задача 4.** Распределить степень важности (от 1 до 15) и бюджет на HR мероприятия, назначенные на этот год. (Объяснить свое решение).

**Доп. Информация:** В этом году организация приобрела для работы новое оборудование, однако не все сотрудники имеют ей пользоваться, в IT отделе и отделе продаж за последний год резко увеличился коэффициент текучести кадров, в HR-отдел неоднократно поступают жалобы на Петрова из финансового отдела, коэффициент закрепляемости сотрудников снизился по сравнению с предыдущим годом, причины неизвестны.

Выделенный бюджет на HR мероприятия составляют **128 тыс. руб.** в год.

Таблица 4

## HR-мероприятия на год

Название	Степень важности	Бюджет
1. Обучение сотрудников по новому оборудованию		
2. Поиск новых сотрудников		
3. Обучение наставников		
4. Мероприятие по сплочению коллектива		
5. Спортивный праздник		
6. Найм временного эксперта по конфликтным ситуациям		

7. Разработка новой программы поиска		
8. Повышение HR-имиджа		
9. Обучение HR специалиста		
10. Разработка и проведение анкетирования персонала		
11. Совершенствование системы мотивации персонала		
12. Аттестация персонала		
13. Программа высвобождения сотрудников с низкими показателями эффективности		
14. Ротация персонала		
15. Обучение новичков		
<b>ИТОГО</b>		<b>128000</b>

- Критерии оценивания:  
формирование навыков разработки проектов (0-5 баллов);  
уникальность предложенных мыслей и идей в проекте (0-5 баллов);  
структурированное планирование (0-5 баллов).

#### 4.Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине.

«Зачтено»

Обладает полнотой знаний и системным взглядом на изучаемый объект

Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи

В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленной задаче данные, предлагает новые ракурсы поставленной задачи

Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

Перечень вопросов для подготовки к зачету:

1. Раскройте содержание понятия «управление проектом» и его основные признаки, дайте его определения.
2. Какие основные вопросы включает управление проектом?
3. Зачем и в каких случаях требуется управления проектом?
4. Перечислите основные средства управления проектом.
5. Что такое управление качеством в проекте?
6. Каково содержание управления стоимостью в проекте?
7. Для чего необходима информационно-технологическая модель проекта?
8. Классификации проектов в индустрии спорта.
9. Окружение проекта: понятие, виды, значимые факторы.
10. Жизненный цикл проекта и характеристика его основных фаз.
11. Участники проекта и их функции.
12. Разработка концепции проекта.
13. Анализ проблемной ситуации. Построение проблематики.

14. Определение целей проекта.
15. Синтез проектных решений (генерирование альтернатив).
16. Структуризация (декомпозиция) проекта. Правила построения структурных моделей проекта.
17. Виды структурных моделей проекта.
18. Функции управления проектом: виды и содержание.
19. Принципиальная схема организации управления проектом.
20. Сетевые методы управления проектом.
21. Информационно-технологическая модель проекта.
22. Составление календарного плана проекта.
23. Планирование стоимости в проекте.
24. Проектные риски: понятие, классификация, методы анализа рисков и методы снижения уровня рисков в проекте.
25. Контрактная работа по проекту.
26. Что такое бизнес-план и для чего он нужен?
27. Какие виды проектов различают?
28. Что такое инфляция и как учитывают её влияние при разработке инвестиционных проектов в индустрии спорта?
29. Что такое риски проекта, какие они бывают?
30. Какие показатели эффективности вы знаете?
31. Из кого состоит команда проекта?
32. Из чего состоит инвестиционный план?
33. Что такое календарный план проекта?
34. Назначение программы Microsoft Project и её структура.
35. Какая исходная информация необходима для разработки бизнес-плана.

#### **Основная литература:**

- 1 Артяков В. В. Управление инновациями. Методологический инструментарий : учебник / В.В. Артяков, А.А. Чурсин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 206 с. — (Высшее образование: Магистратура). — [www.dx.doi.org/ 10.12737/textbooks\\_1013514.Chursin](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbooks_1013514.Chursin). - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1058383> (дата обращения: 25.06.2019)
- 2 Базилевич, А. И. Управление проектами [Электронный ресурс] : учебник / А. И. Базилевич, В. И. Денисенко. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - Режим доступа : <http://znanium.com/catalog/product/918075> (дата обращения: 25.06.2019).

#### **Дополнительная литература:**

- 1 Баранчев, В. П. Управление инновациями : учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по спец. "Управление инновациями" / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. - Москва : Юрайт, 2009. - 711 с.
- 2 Мазур, И. И. Управление проектами : учеб. пособие для студ., обуч. по спец. 061100 "Менеджмент организации" / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге. - 4-е изд., стер. - Москва : ОМЕГА-Л, 2007. - 664 с.
- 3 Поташева Г.А. Управление проектами (проектный менеджмент): учеб. пособие (Высшее образование: Бакалавриат) / Г.А. Поташева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/504494> (дата обращения: 25.06.2019).
- 4 Тихомирова О.Г. Управление проектами: практикум: учеб. пособие (Высшее образование: Бакалавриат) / О.Г. Тихомирова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 273 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/537343> (дата обращения: 25.06.2019).

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Новиков, Д. А. Управление проектами [Электронный ресурс] : организационные механизмы Учебное пособие / Новиков Д. А. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2012. - 140 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. (дата обращения 24.01.2012)