

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
КАФЕДРА КОММУНИКАТИВИСТИКИ, РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**ОРГАНИЗАЦИЯ СТУДЕНЧЕСКОГО ПРОФОРИЕНТАЦИОННОГО
ПРОЕКТА (на примере рекламного мини-офиса «Мята»)**

Выпускная квалификационная работа

студента по направлению подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью
очной формы обучения группы 10001515
Мулявы Сергея Денисовича

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент кафедры
коммуникативистики, рекламы и
связей с общественностью
И.В. Микулина

БЕЛГОРОД 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. Проектная деятельность в сфере образования	5
1.1. Понятие и виды проектов.....	5
1.2. Организация образовательных проектов в России	14
1.3. Особенности организации проектов в сфере образования.....	23
ГЛАВА 2. Анализ работы студенческого рекламного мини-офиса «Мята».....	26
2.1. Студенческий рекламный мини-офис «Мята» как профориентационный проект	26
2.2. Характеристика деятельности рекламного мини-офиса "Мята"	28
2.3. Анализ отношения к проекту «Мята» его участников.....	37
2.4. Основные направления совершенствования работы студенческого рекламного мини-офиса	40
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	45
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	49
ПРИЛОЖЕНИЯ	54

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования обусловлена тем, что в современных методиках гуманитарного образования, нацеленных на приобретение студентами теоретических знаний, ощущается серьезная нехватка практической составляющей будущей профессии. В ряде американских, европейских и российских университетов уже практикуется такой педагогический элемент как профориентационный проект. Это обусловлено тем, что по окончании высших учебных заведений студенты совсем не обладают практическими навыками своей профессии или освоили их в недостаточной степени. Это затрудняет поиск работы, которая соответствовала бы их образованию, что в итоге обесценивает диплом специалиста в глазах потенциальных абитуриентов и студентов вузов. Проект, проанализированный в нашем исследовании, призван исправить сложившуюся ситуацию. Однако проектная профориентационная деятельность требует систематизации и совершенствования. Необходимо выяснить, какая именно деятельность является проектной, в чем ее отличие от проектов в других сферах деятельности, описать основы ее организации и применение в российской системе образования. Анализ конкретного примера работы в рамках проекта позволяет выявить, насколько проектная деятельность полезна и эффективна в реалиях современного образования.

Целью исследования является изучение и описание организации студенческого профориентационного проекта на примере рекламного мини-офиса «Мята». Данная цель предопределила необходимость и порядок решения следующих задач:

- 1) концептуализировать понятие «проект» и описать основные виды и типы проектов.
- 2) Описать принципы организации образовательных проектов в России.
- 3) Описать основные особенности организации проектов в сфере образования.

- 4) Охарактеризовать студенческий рекламный мини-офис «Мята» как профориентационный проект.
- 5) Рассмотреть деятельность рекламного мини-офиса «Мята».
- 6) Проанализировать отношение к проекту «Мята» его участников.
- 7) Определить основные направления совершенствования работы студенческого рекламного мини-офиса.

Объектом исследования является организация проектной деятельности.

Предметом исследования выступает организация студенческого профориентационного проекта рекламного мини-офиса «Мята».

Теоретическую базу составили труды отечественных и зарубежных учёных в следующих областях науки:

1. Сфера образования и педагогики: С.А. Боженков, В.В. Виненко, Ю.М. Войтина, Н.В. Горнова, А.Н. Дружинский, С.Б. Серякова и т.д.
2. Организация проектной деятельности: А.М. Новиков, Д.А. Новиков, В.Н. Иванова, В.И. Патрушева, В.В. Прохорова, Е.С. Гавриш и др.
3. Основы рекламной деятельности: В.А. Голованов, О.Н. Жильцова, О.П. Калиева, В.П. Ковалевский, Н.В. Лужнова, И.В. Мельников, В.А. Поляков, А.А. Романов и др.

Методологическую базу данного исследования составили общенаучные методы (анализ, синтез, дедукция), метод научного наблюдения и описания, метод теоретического обобщения, анкетирование, метод графического представления результатов исследования.

Эмпирическую базу составляют уставные документы и отчетная документация студенческого рекламного мини-офиса «Мята».

Кроме того, анализируется продукция, изготовленная в рамках деятельности мини-офиса.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка использованной литературы и Приложений.

ГЛАВА I. ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

1.1. Понятие и виды проектов

Историю проектной деятельности можно изучать уже с Древнего Египта, Римской империи и Античной Греции. При исследовании различных документов, настенных орнаментов, рисунков, связанных с Египтом в период античности, нередко встречаются изображения примеров управленческих структур (см. Приложение 1). На них отображены этапы строительства пирамид, храмов и других капитальных сооружений. План и систему организации работ, изображенных на тех же фресках, можно считать первыми проектами. Как и проект, строительство имело цель, сроки, четкую систему действий, подзадачи и остальные элементы проектов, которые будут рассмотрены в дальнейшем. Нельзя также забывать и об организации системы налогообложения, политических институтов, и прочих административных решениях, для реализации которых необходим был план или проект внедрения.

Официально проектная деятельность появляется в первой половине XX века. Это прежде всего разработка специальных методов координации крупных проектов в авиационных (US Air Corporation) и нефтегазовых (Exxon) компаниях. Параллельно с ними в СССР происходила поточная организация работ по реализации строительных проектов. Однако современная концепция управления проектами сформировалась в середине 50-х годов в США и в 60-х годах начала развиваться на Западе. За последние 70 лет управление проектами – проект-менеджмент – сформировалось как самостоятельная профессиональная сфера, как комплексная дисциплина, которая позволяет осуществлять проекты разного рода и масштаба с помощью специальных методик. Важно отметить, что за период своего развития проектное управление претерпело множество изменений.

Например, одним из главных достижений стало создание сетевого планирования в 1960-х годах. Сетевое планирование – это метод анализа сроков

начала и окончания нереализованных частей проекта, оно позволяет увязать выполнение различных работ и процессов во времени, получив прогноз общей продолжительности реализации всего проекта. Так появляется один из главных критериев проекта – срок реализации. В дальнейшем разрабатываются методы управления конфликтами, проблемы руководителя и команды проекта (1971), организационные структуры управления проектами (1977–1979), анализ рисков, контроль ресурсов. И, как итог, в 1991 году в свет вышел коллективный труд – учебник и практические рекомендации по управлению проектами, подготовленные национальной ассоциацией Германии и обобщение многолетнего опыта по управлению проектами с учетом мировых достижений в этой сфере. В более поздних публикациях проект трактуется как одноразовая, не повторяющаяся деятельность или совокупность действий, в результате которых за определенное время достигаются четко поставленные цели [Deutsches... 2009: <http>]. Новые методики, рекомендации и административные документы до сих пор публикуют различные ассоциации: Международная ассоциация управления проектами IPMA (Швейцария); Project Management Institute PMI (США); Советская (ныне Российская) ассоциация управления проектами (СОВНЕТ), учреждена в конце 1990 г.; Союз проектных менеджеров Германии; Ассоциация проектных менеджеров АРМ (Великобритания); Японская ассоциация развития инжиниринга и др.

Для того чтобы рассмотреть определение проекта, следует обратиться к одному из авторитетных на Западе источников, относящихся к проектной деятельности, – своду знаний по управлению проектами РМВОК. Здесь проект трактуется как временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, услуги или результата [Institute... 2018: 5].

Временный характер проектов указывает на четкие временные рамки. Соответственно, становится понятно, что проект – это непостоянная, конечная деятельность, направленная на создание уникального продукта. Это относится как к коммерческим, так и к образовательным проектам. Окончание проекта

может наступить по разным причинам: заявленная дата окончания, достижение целей, или, наоборот, осознание того, что цели не могут быть достигнуты. В коммерческих проектах окончание может наступить также в связи с банкротством заказчика и потери финансирования.

А.О. Вылегжанина конкретизировала понятие. «Проект» – это «система сформулированных в его рамках целей, создаваемых или модернизируемых для их реализации физических объектов, технологических процессов, организационно-технической документации, материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, а также управленческих решений и мероприятий по их выполнению» [Вылегжанина 2015: 8]. В этом определении проект предстает как система целей и множества факторов для их достижения. Основываясь на этом, можно утверждать, что в проектной деятельности необходимо учитывать не только сроки и цели, но и материальную базу, количество ресурсов и компетентность лиц, ответственных за принятие решений.

Одной из основных сфер применения проектной деятельности, помимо коммерческой и управленческой, является сфера образования. Министерство образования постоянно ищет новые способы успешного внедрения прогрессивных образовательных программ и приемов: к ним относятся различные кружки, профориентирующие организации, занятия вне образовательной программы. Что-то из этого – эксперимент правительства, что-то – личная инициатива педагогов и учеников. Согласно С.Л. Суворовой, проектная деятельность – «это целенаправленная деятельность с определенной целью, по определенному плану для решения поисковых исследовательских, практических задач по любому направлению содержания образования. В основе проектной деятельности лежит идея о направленности деятельности на результат, который достигается в процессе совместной работы взрослого и детей над определенной практической проблемой. Этот результат можно увидеть, осмыслить, применить в реальной практической деятельности» [Суворова 2015: 175]. Исходя из этого, в проекте обязательно наличие цели и плана по ее

достижению. И поскольку речь идет о проекте в сфере образования, то следует отметить нематериальность его результатов. Что касается применимости в реальной практической деятельности, то в сфере образования речь идет об опыте и навыках. Именно это является одной из главных целей образовательных проектов – подготовить учеников к будущей жизни, обогатить их большим количеством знаний и практических навыков. Нельзя забывать, что социализация в образовательных процессах необходима для жизни в обществе, образовательные учреждения выступают как институты, помогающие в формировании личности и, как следствие – в социализации.

Проекты различаются, прежде всего по сферам деятельности, в которых их применяют. В зависимости от этого различные проекты имеют свои цели и средства.

Типы проектов:

1. Технический тип. Технический проект разрабатывают с целью выявления окончательных технических решений, дающих полное представление о конструкции изделия, когда это целесообразно сделать до разработки рабочей документации [Единая система конструкторской документации, <http>]. То есть, это техническая документация о строительстве, внедрении производственных линий и т. д. Несмотря на узкую, техническую специализацию, такие проекты имеют все характеристики стандартной проектной деятельности:

- a. Цель – постройка, внедрение производства и т.д.
- b. Критерии оценки эффективности – достигнутые этапы, поставленное оборудование;
- c. Временные рамки;
- d. Четкий план реализации.

2. Организационный тип: внедрение новой системы управления, создание нового предприятия. Этот тип присущ менеджменту, поскольку напрямую связан с организацией людей;

3. Экономический тип: приватизация предприятий, составление системы финансового планирования, внедрение системы налогообложения;

4. Социальный тип: внедрение новой системы социальной защиты населения, реформирование системы социального обеспечения;

5. Образовательный тип: организация профориентирующих организаций, школьных кружков и педагогических систем;

6. Смешанный тип: те проекты, которые затрагивают сразу несколько типов, например одновременный запуск предприятия и организация новой системы управления на нем.

У проектов помимо типа есть так же деление по классам, которые связаны с составом, структурой, а так же предметной областью проекта:

1. Монопроекты – это отдельные проекты, имеющие четкую цель, временные рамки, возможности и финансы и предполагающие создание проектной группы;

2. Мультипроект – проект, требующий многопроектного управления, поскольку состоит из группы монопроектов; как правило, используется для достижения одной или нескольких крупных целей, образующих единый комплекс;

3. Мегапроект – включают в себя ряд мульти- и монопроектов, направлен на развитие стран, регионов, различных отраслей: экономических, промышленных и др.

Важным является деление проектов на виды, которые определяются по характеру предметной области, в которой предполагается вести проектную деятельность:

1. Инновационный – внедрение новых разработок и изобретений для развития производства и организации;

2. Инвестиционный;

3. Научно-исследовательский – проект, направленный на получение новых знаний;

4. Учебно-образовательный – передача знаний и опыта, наработка учениками практических навыков.

Существует деление по длительности:

1. Краткосрочные – до трех лет;
2. Среднесрочные – от трех до пяти лет;
3. Долгосрочные – свыше пяти лет.

Цели проектов могут быть разнообразными: повышение уровня патриотизма у детей, укрепление здоровья студентов, повышение внутренней коммуникации в фирме. Важными этапами проектов являются: постановка цели, создания списка задач, планирование структуры и этапов реализации проекта, создание «финишной» точки. «Отличие проекта от производственной системы заключается в том, что проект является однократной, не циклической деятельностью» [Мазур 2004: 12].

Образовательные проекты в отличие от остальных главной целью ставят получение участниками новых знаний и навыков. По этой причине можно сказать, что результаты образовательного проекта останутся у участников надолго. Подобные проекты невозможно использовать многократно, так как из-за развития технологий преподаваемая информация устаревает и необходимо создавать новую систему подачи знаний. Студенты в образовательных проектах к управлению практически не допускаются, хотя в других сферах проектной деятельности практикуется привлечение участников проекта к руководству каким-либо направлением деятельности.

Для более четкого представления о проектной деятельности необходимо знать принципы организации проектов. Рассмотрим организацию проекта в сфере образования. Основные принципы подобной организации присущи любым проектам, независимо от типа и вида.

Организация любого образовательного проекта по методологии А.М. и Д.А. Новиковых состоит из трех фаз: фаза проектирования, технологическая фаза и фаза рефлексии.

Первое, что нужно сделать в фазе проектирования, – определить проблематику, то есть найти противоречия между ожидаемыми и реальными результатами образования. Исходя из проблемы, нужно определить цели, при помощи которых удастся разрешить найденную проблему. Цели, которые являются системообразующим элементом педагогической системы, делятся на три уровня: первый – социальный заказ общества всем подсистемам образования на общественный идеал формируемой личности как человека, профессионала. Это связано с тем, что личность формируется и видоизменяется на всем этапе жизни. Образование, как правило, занимает длительный период жизни человека, а потому может оказать большое влияние на формирование личности, схожей с общественным идеалом.

Вторым уровнем целей является образовательная цель для каждой образовательной программы, для каждого типа образовательных учреждений в отдельности. Поскольку каждое образовательное учреждение имеет свою программу образования, свои дисциплины и методики преподавания, то проектная деятельность не должна им противоречить. Она должна учитывать все характеристики того учреждения, где ее планируют реализовывать. Третий уровень целей – педагогические цели, которые реализуются на повседневных занятиях: освоение материала, наработка практических навыков и т.д.

После того как цели поставлены, можно приступить к проектированию самого образовательного проекта. Для фиксации успехов и достижений проекта необходимо разработать критерии оценки эффективности. Это один из самых сложных этапов проектирования, поскольку ошибка в определении этих критериев может привести к тому, что будут неправильно выбраны методы реализации целей или уже в процессе реализации проекта недовольное эффективностью руководство проекта допустит фатальные ошибки при его реструктуризации.

После определения проблемы, целей и критериев можно создавать модель, что включает в себя выделение объектов и субъектов, построение связей и

конструкций, по которым будет осуществляться деятельность проекта. К моделям существует ряд требований.

1. Ингерентность, то есть, непротиворечивость культурной среде, в которой она должна быть реализована.

2. Простота – модель должна быть понятной тем, кто будет ее использовать. Перегружая ее различными, из ряда вон выходящими ситуациями, может быть увеличено количество связей, в которых потом придется разбираться. Невозможно предусмотреть все, поэтому следует выделить основные ситуационные модели, и в случае непредвиденной ситуации действовать по обстоятельствам, стараясь вернуться к той модели, которая уже есть.

3. Адекватность модели – возможность с ее помощью достичь поставленной цели проекта в соответствии со сформулированными критериями. Нужно здраво оценивать ресурсы и возможности, не ставить невыполнимых целей.

4. На этапе моделирования последним действием будет принятие решения о выборе модели. Взвешивая все критерии: ресурсы, цели, методы достижения, – необходимо из всех представленных моделей выбрать оптимальную.

Следующей стадией проектирования является стадия конструирования, которая заключается в определении конкретных способов и средств реализации выбранной модели в рамках имеющихся условий. Сначала необходимо разбить существующие задачи на более мелкие. Их достижение проще, а их совокупность дает необходимое нам решение проблемы. Этот процесс называется декомпозицией. В чем-то противоположный процесс, который необходимо выполнить позже, называется агрегирование. Он направлен на то, чтобы согласовать новые цели и задачи между собой. Это даст понимание, что от чего зависит и как прийти к различным целям. После этих операций необходимо проанализировать условия, в которых предстоит реализовывать

проект. Следует учитывать не только материальные ресурсы, но и квалификацию сотрудников и ее достаточность для реализации целей проекта, организацию графика их работы и т.д. Когда необходимые подсчеты проведены, можно приступать к последнему этапу конструирования системы – построению программы реализации.

Программа реализации – это конкретный план действий, необходимых для организации деятельности проекта. Для начала необходимо определить основные направления деятельности, впоследствии разбить их на более детальные, что необходимо для выполнения целей (выделенных на этапе декомпозиция). Это будет начало детального планирования, при котором нужно определить даты, ответственных специалистов, саму деятельность и результат, который необходимо достигнуть. На этом этапе необходимо провести технологическую подготовку, то есть подготовить учебно-программную документацию, методические разработки, программное обеспечение и т.д., а также, например, должностные инструкции исполнителей при реализации сложного проекта и т.п. У каждого проекта такая деятельность будет специфична ввиду направленности самого проекта и его ресурсной базы.

Когда есть готовая программа реализации, можно переходить к следующей фазе проектной деятельности – технологической. По сути, это совокупность методов, операций и приемов, последовательное осуществление которых обеспечивает решение поставленной задачи. На этой фазе следует добросовестно следовать намеченной программе реализации, отмечать эффективность и, возможно, вносить поправки в деятельность проекта. Сначала следует, согласно этапу декомпозиции, достичь мелких задач, необходимых для реализации главной цели. На протяжении всей работы необходимо своевременно проводить оценку деятельности организации. Это делается посредством критериев оценки, которые разрабатывались в фазе проектирования. Подобные операции расскажут об успехе или неудаче проекта и могут показать, в каком направлении движется

его реализация. На основе полученных данных можно сменить вектор развития, изменить программу, критерии оценивания, методы или задачи.

Последней фазой проекта является рефлексия – оценка результатов проекта и всей его деятельности. Нужно ответить на вопросы: достигнута ли главная цель? Если нет, то почему? Выполнены ли задачи, формирующие главную цель? Как деятельность проекта влияет на внутреннюю и внешнюю образовательную среду? Что дал проект его участникам помимо заявленных задач? Этот подробный анализ формируется в отчет, по которому можно судить об успешности или неудаче проекта. Следствием подобной операции может стать организация нового проекта, видоизменение прошедшего [Цит. по: Новиков 2004: 26-79].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что проект – это деятельность, имеющая строгие временные рамки, цели, задачи и план их реализации, направленная на развитие различных сфер и отраслей. Вариативность и применимость позволяют создавать проекты как совершенно разные по способам и целям, так и наоборот, – однотипные, шаблонные. Во многих школах учителями и школьниками организованы кружки по самообразованию, реализуются различные акции и проекты, не входящие в стандартный образовательный курс. В фирмах и предприятиях расписываются долгосрочные планы и этапы внедрения различных систем и новшеств. Внедрение различных социальных и экономических систем на уровне районов, регионов также осуществляется в рамках проектной деятельности.

1.2. Организация образовательных проектов в России

Зачатки проектной деятельности в России, как и в других странах, можно проследить в древней истории. Строительство, внедрение систем податей, военные реформы – все это требовало плана или проекта. Однако сама система управления современной России сформировалась в 1930-е годы в СССР. Индустриализация, новый государственный строй и экономическая политика позволили советскому государству предпринять ряд беспрецедентных по

масштабу проектов, таких, как Днепрогэс, построение общероссийской системы электрификации, освоение угольных и железорудных месторождений, создание больших территориально-индустриальных комплексов. Рост серийного производства, прежде всего в сфере жилищного строительства, способствовал развитию теории и практики поточной организации работ по реализации строительных проектов. Основное направление разработки проектной деятельности в советское время носило строительно-производственный характер. Это одно из отличий от системы управления проектами в США, основная деятельность которых приходилось на улучшение армии, а именно военно-воздушных сил и флота. Сетевое управление в СССР появилось в 1960-х, после выхода американской статьи о сетевых методах (CPM и PERT). Большой вклад в развитие проектной деятельности и управления проектами внесли М.Л. Разу, С.И. Зуховицкий, И.А. Радчик. Они первыми опубликовали работы по теории сетевого управления.

Дальнейшее развитие и изучение проектной сферы шло в СССР быстрее, чем в странах Запада. Учеными В.А. Баришпольцем, В.И. Рудомановым и Н.И. Комковым были разработаны оригинальные сетевые модели, более гибкие и мощные, чем зарубежные аналоги. В дальнейшем с появлением ЭВМ произошло становление программных комплексов проектного управления.

Впоследствии на развитии проектной деятельности сказался тип экономики: в отличие от капитализма в США, подразумевающего множество мелких проектов, в СССР с коллективизмом, глобальными стройками и мощной национализацией экономики и промышленности была выработана концепция программно-целевого управления, которая может рассматриваться как полноценный аналог проектного управления, сложившегося в то время за рубежом. Программно-целевое управление охватывало и государственное управление экономикой, и реализацию конкретных проектов. Из-за централизации управления государством была разработана эффективная система интеграции целей на самых различных уровнях управления народным

хозяйством. Единичным проектам предпочитали крупные, национальные, включающие в себя мульти- и монопроекты.

После распада СССР в связи с изменением типа экономики появилась необходимость переосмысления теории и практики проектного управления. Россия стала полноправным членом мирового сообщества проектного управления. И, как следствие, в стране начали проявляться все общемировые тенденции развития управления проектом. В 1990 году была создана Национальная ассоциация управления проектами, а в Государственном университете управления в 1996 году была организована первая кафедра управления проектом.

До 20-х годов XI века в России, несмотря на наличие университетов, военных и церковных школ, дети низших сословий не могли получать образование в полном объеме. Максимально доступным, образование в Российской империи было во время правления Александра II. Учреждение земских школ позволило крестьянам обучать детей бесплатно, однако полноценного образования это не давало. С приходом советской власти это изменилось. Образование стало бесплатным и доступным. «В целях обеспечения за трудящимися действительного доступа к знанию Российская Социалистическая Федеративная Советская Республика ставит своей задачей предоставить рабочим и беднейшим крестьянам полное, всестороннее и бесплатное образование» [Конституция... 1918: 244].

Одним из первых явлений, с которым пришлось столкнуться большевистской власти, стало большое количество беспризорных детей. Вследствие Первой мировой войны, революции и интервенции, появилось множество сирот без места жительства. Для ликвидации детской беспризорности Ф. Дзержинским был инициирован такой национальный проект, как создание школ-коммун, интернатов и колоний. Проект организации одной из таких колоний детально описан в произведении А.С. Макаренко «Педагогическая поэма». Сопоставив представление о проекте и его составляющих с этим

произведением, мы можем понять, являлась ли деятельности А.С. Макаренко проектом. Прежде всего стоит принять во внимание, что советские проекты, были глобальны, национальны. Следовательно, проблема заключалась в огромном распространении беспризорников, вставших на путь преступности. Цель, которую ставил себе А.С. Макаренко, создавая колонию имени Максима Горького, – сделать из детей полноценных членов общества, образованных и способных к взаимоуважению. Сроком служила национальная идея и ее временные рамки. В критерии оценки своей деятельности А.С. Макаренко закладывал образование подопечных, их честность [Цит. по Макаренко А. С. Педагогические сочинения 1984].

После Великой Отечественной войны сфера образования состояла в основном из школ и вузов.

В современной России под образованием государство понимает следующее: «образование – единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции, определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов» [Федеральный закон... 2012: [http](#)]. В 20-й статье федерального закона «Об образовании», содержится описание инновационной проектной деятельности: «Экспериментальная и инновационная деятельность в сфере образования осуществляется в целях обеспечения модернизации и развития системы образования с учетом основных направлений социально-экономического развития Российской Федерации, реализации приоритетных направлений государственной политики Российской Федерации в сфере образования» [Федеральный закон... 2012: [http](#)]. Дается пояснение, какой должна быть инновационная деятельность: «Инновационная деятельность

ориентирована на совершенствование научно-педагогического, учебно-методического, организационного, правового, финансово-экономического, кадрового, материально-технического обеспечения системы образования и осуществляется в форме реализации инновационных проектов и программ организациями, осуществляющими образовательную деятельность, и иными действующими в сфере образования организациями, а также их объединениями. При реализации инновационного проекта, программы должны быть обеспечены соблюдение прав и законных интересов участников образовательных отношений, предоставление и получение образования, уровень и качество которого не могут быть ниже требований, установленных федеральным государственным образовательным стандартом, федеральными государственными требованиями, образовательным стандартом» [Федеральный закон... 2012: <http>].

В условиях перехода Российской Федерации от индустриального к постиндустриальному информационному обществу рынок труда становится более динамичным и конкурентным, что требует динамики в системе образования. Актуальной становится такая организация образования, которая обеспечивала бы способность человека включаться в общественные, экономические, организационные и производственные процессы одновременно. Одной из форм подобной реализации являются профориентационные проекты, призванные повысить уровень профессионализации отраслевой подготовки студентов.

Важно упомянуть, что технология проектного управления в сфере образования имеет положительный опыт на территории Белгородской области. Как отмечает заместитель губернатора Белгородской области С.А. Боженков, «проектное управление уверенно доказывает свою эффективность в решении государственных задач» [Боженков 2016: 37–43].

По мнению О.Н. Полухина, технология проектного управления обладает «научно обоснованными и экспериментально проверенными формами и

способами рациональной организации взаимодействия людей в процессе их совместной деятельности» [Полухин 2004: 470–471]. Вместе с тем Д.Ф. Ильясов называет моделирование практических ситуаций в процессе обучения наиболее универсальным и эффективным приемом обучения слушателей в процессе практических занятий [Ильясов 2009: 276].

Помимо профориентационных проектов есть инновационные, направленные на реорганизацию системы образования. В докладе Высшей школы экономики и Центра стратегических разработок, которым руководит бывший министр финансов Алексей Кудрин, перечислены 12 таких проектов. Прежде всего они направлены на решения проблемы недостаточности финансирования и капитализацию образования. Предложения об изменениях начинаются с идеи поддержки дошкольного образования. Предлагается создать службу сопровождения физического, психического и социального развития (патроната) для всех детей от 0 до трех лет. Это станет основой для получения образования и впоследствии положительно отразится на качестве обучения.

Вторым проектом является школа цифрового века. В связи с этим проектом необходимо перейти на цифровые учебно-методические комплекты, использовать обучающие игры и симуляторы для вовлечения детей в учебу, а также создать и регулярно продвигать онлайн-курсы лучших преподавателей страны. Следующим этапом улучшения системы образования, является создание современной материальной инфраструктуры, которая включает в себя:

1. Подключение школ к Интернету так, чтобы одновременно в сеть могла выходить как минимум половина школьников, и формирование современной цифровой инфраструктуры школ.
2. Создание современной образовательной среды с помощью дизайна, оборудования и мебели.
3. Создание 70 тысяч ясельных мест ежегодно.

4. Строительство двух тысяч новых школ для решения проблемы третьей и второй смены, а также ремонт около пяти тысяч школ, которые не обеспечивают минимально необходимые условия для обучения.

5. Модернизацию образовательной инфраструктуры в селах за счет создания культурно-образовательно-спортивных организаций и замена или ремонт не менее 12,5 тысяч школьных автобусов.

Вместе с этим предлагается уравнивать образовательные возможности и успех каждого, то есть, дать каждому дошкольнику возможность пройти курс подготовки к школе, который длиться один год и обеспечить доступ к образовательным ресурсам детей семей, которые находятся в трудной жизненной ситуации. Для снижения неравенства в вузах предлагается реформировать стипендиальную программу.

Особое внимание уделяется новому технологическому образованию в школе и средних профессиональных учреждениях. Необходимо создать современные технологические мастерские, использовать сетевые формы обучения с участием вузов и колледжей, а в школах полностью обновить технологическое образование – модернизировать содержание образовательных программ по естественным наукам, информатике и собственно технологиям.

Еще одним пунктом предлагаемых изменений является развитие и поддержка талантов. Для этого необходимо обеспечить ученика каждой школы возможностью освоить любой предмет на углубленном уровне, в том числе онлайн. Эксперты говорят о необходимости профориентационных систем самоопределения, профильного и профессионального обучения в старших классах каждой школы. Это важно, потому что выпускники далеко не всегда бывают осведомлены о различных профессиях, из-за чего выбирают те, что освещаются наиболее широко или являются популярными в массовом сознании. Такой выбор негативно сказывается на мотивации получать соответствующее профессиональное образование.

Запуск системы непрерывного образования – одно из ключевых условий повышения производительности труда, а значит, и роста ВВП. В рамках проекта на базе предприятий и научно-образовательных учреждений любой взрослый сможет пройти переподготовку или повышение квалификации с объективной оценкой и помощью в трудоустройстве.

Вузы как центры инноваций в регионах и отраслях должны стать опорой в экономическом, научном, культурном развитии регионов. Необходимо передать университетам сложившуюся в регионах и отраслях инфраструктуру поддержки инноваций (бизнес-инкубаторы, бизнес-акселераторы, инновационные парки, технопарки).

Кроме того, следует обратить внимание на фундаментальные и поисковые исследования в высшей школе, глобальные университеты, Российскую академию наук. На данный момент у России крайне низкий уровень глобальных научных и технологических областей исследований. Необходимо повысить международную конкурентоспособность университетов, создать исследовательские центры и экспериментальные базы для крупных проектов.

Другой необходимый аспект – повышение глобальной конкурентоспособности за счёт экспорта профессионального образования. Образование должно само наращивать экспортный потенциал, привлекать платежеспособных иностранных студентов. Этот проект предусматривает создание и развитие российскими университетами массовых открытых онлайн-курсов, грантовую и организационную поддержку глобального продвижения российских образовательных продуктов, налаживание отношений с заграничными системами вузов.

Исследователи также указывают, что современным содержанием школьного образования должны стать грамотность, воспитание и универсальные навыки для всех. Необходимо обновить методы образования, разработать и внедрить различные практики, ориентированные на развитие самостоятельности и мотивации в рамках действующих стандартов образования.

И последним предлагаемым улучшением системы образования является переподготовка кадров. Повышение квалификации должно отразиться на умении работать с цифровыми образовательными ресурсами, на различных преподавательских методиках, а также, на анализе причин неуспеваемости учащихся и её исправлении. Для этого необходимо разработать программы обучения педагогов по новым стандартам с усиленной практикой. Однако этот проект носит исключительно рекомендательный характер, и информации о его реализации пока не поступало. [Доклад центра стратегических... 2018].

Среди реализуемых отечественных проектов в сфере образования, направленных на повышение навыков и знаний в сфере рекламы, можно выделить:

1. Студенческое рекламное агентство департамента интегрированных коммуникаций НИУ «ВШЭ» – «С.А.Д.И.К.»;
2. Рекламное агентство на базе факультета сервиса и рекламы ФГБОУ ВО «ИГУ» – «РеАстат»;
3. Студенческое рекламно-информационное агентство Института Эконо-мики ФГБОУ ВО «АГТУ» – «ReZone»;
4. Учебно-производственный Центр рекламных технологий ФГАОУ ВО «ЮУрГУ».

Специфика организации студенческого мини-офиса в образовательном процессе данных учреждений основывается на включении студентов бакалавриата и магистратуры в реальные проекты рекламного характера под руководством преподавателей-профессионалов.

Спектр услуг, оказываемых в рамках деятельности студенческих мини-офисов, практически идентичен и выстраивается по одному из двух направлений: 1) доминирование оказываемых услуг; 2) производство рекламной, сувенирной и полиграфической продукции. Их конкретная реализация включает в себя:

1. Разработку рекламных кампаний;
2. Креативные технологии;

3. Бренд-коммуникации;
4. Media-relations;
5. Продвижение в социальных сетях;
6. Маркетинговые исследования по заказу клиента;
7. Разработку фирменного стиля;
8. WEB-дизайн;
9. Разработку оригинал-макетов для полиграфической продукции и наружной рекламы;
10. Производство рекламы, предпечатную и постпечатную обработку рекламной продукции.

В условиях ограниченного финансирования наиболее эффективным путем развития студенческого рекламного мини-офиса является установка на доминирование оказываемых услуг, нежели разработка и все стадии производства конечной рекламной продукции.

Проанализировав вышеуказанную информацию, можно сделать вывод, что образовательные проекты в России есть, но им не уделяется должного внимания. В целом проектное управление в России развито хуже, чем на Западе. Однако, несмотря на это, есть положительные тенденции в развитии проектной деятельности как в экономическом, так и в образовательном сегменте. Важным является и тот факт, что в нормативных документах нет четких требований к проектам, что обеспечивает вариативность в создании педагогической системы. Однако отсутствие требований к проектам, создает угрозу создания таких проектов, при осуществлении которых будет создаваться перегрузка учебной деятельностью для учащихся, следствием чего станет негативное влияние на интерес и мотивацию к процессу обучения.

1.3. Особенности организации проектов в сфере образования

Главная цель образовательных проектов – получение участниками новых знаний и навыков. По этой причине использовать тот же принцип организации проекта, что и экономике или управлении, нельзя. Наличие в образовательных

проектах – педагогических (образовательных) систем требует, прежде чем создавать проект, выполнить «педагогическое проектирование». Юлия Войтина описывает этот термин как «предварительную разработку основных частей, деталей, которые необходимы для дальнейшей деятельности учащихся и преподавателей» [Войтина 2018: 105]. В своей книге она дает определение понятия педагогическая система – «целостное единство всех факторов, способствующих достижению поставленных целей развития человека» [Войтина 2018: 105]. Поскольку педагогические системы – это особые образования у каждой такой системы есть свои специфические признаки:

1. В каждой системе должна присутствовать цель, заключающаяся в развитии учащихся и педагогов.
2. Главным звеном в цепи педагогической системы должны быть учащиеся.
3. Открытость и гибкость систем. Они должны быть готовыми измениться под воздействием окружающей среды, принимать ее воздействие.

Цели, которые являются системообразующими элементами педагогической системы, делятся на три уровня:

1. Социальный заказ общества всем подсистемам образования на общественный идеал формируемой личности как человека, профессионала.
2. Образовательная цель для каждой образовательной программы, для каждого типа образовательных учреждений в отдельности, соответствующих программе отдельного образовательного учреждения.
3. Педагогические цели, что реализуются на повседневных занятиях: освоение материала, наработка практических навыков и т.д.

Сформировав педагогическую систему, которая будет учитывать все признаки и характеристики, можно переходить к организации образовательных проектов.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ I

Проект – это система организации оригинальной деятельности, направленной на изменение сложившейся ситуации, имеющей свои цели, сроки, ресурсы и структуру. Деление проектов происходит в основном по сфере деятельности.

Несмотря на то, что история проектного управления шла в России и странах Запада по разным направлениям, сегодня они схожи и идут в одном русле, развиваясь и прогрессируя. В России проектная деятельность функционирует еще слабо, однако есть и положительные тенденции развития, вносятся изменения в основы изучения проектного управления.

Проекты в сфере образования отличаются от проектах в других сферах. Образовательная деятельность является в основном государственной и регулирует правовую и организаторскую деятельность. Школам и университетам разрешено создавать экспериментальные методики и проекты. Отличительными чертами педагогических проектов являются цели и критерии. Педагогический проект нацелен на то, чтобы учащиеся получали знания и опыт, который они смогут использовать по завершении проекта.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РАБОТЫ СТУДЕНЧЕСКОГО РЕКЛАМНОГО МИНИ-ОФИСА «МЯТА»

2.1. Студенческий рекламный мини-офис «Мята» как профориентационный проект

В условиях перехода Российской Федерации от индустриального к постиндустриальному информационному обществу рынок труда становится более динамичным и конкурентным, что требует динамики в системе образования. Актуальной становится такая организация образования, которая обеспечивает способность человека включаться в общественные, экономические, организационные и производственные процессы одновременно.

В ситуации поиска стратегических целей и новых базовых принципов образования очевидной становится задача профессионализации отраслевой подготовки в системе высшего образования, обеспечивающей личностное и профессиональное самоопределение обучающихся на основе включения в организационно-производственный цикл.

Студенческий рекламный мини-офис «Мята» – это образовательный проект, организованный старшим преподавателем Р. В. Зининым и и. о. декана С. В. Ушаковой на базе факультета журналистики НИУ «БелГУ». Целью проекта было повышение качества образования студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и наработка ими практических навыков. Студенческий рекламный мини-офис действует на основании Положения о студенческом рекламном мини-офисе, который разработан в рамках реализации проекта «Профессионализация отраслевой подготовки студентов факультета журналистики», утвержденного приказом ректора НИУ «БелГУ» от 14.02.2018 №5-ПД.

Поскольку студенческий рекламный мини-офис «Мята» заявлен как образовательный проект, необходимо выделить и обозначить его основные составляющие элементы: проблематику, которую призван решить проект, цели, методы, сроки и критерии оценивания.

Основная проблема, которую призван решить проект по профессионализации отраслевой подготовки студентов факультета журналистики НИУ «БелГУ», заключается в том, что на данный момент выпускники не обладают достаточным профессиональным опытом в рамках организационно-производственного цикла создания рекламного продукта. Достигается решение проблемы путем организации мероприятий: знакомство со спецификой работы рекламного агентства; посещение мастер-классов; получение поддержки для подготовки работ с целью участия в конкурсах рекламы и фестивалях различного уровня; выполнение практических задач с использованием оборудования. Таким образом студенты научатся решать задачи полного цикла производства рекламной продукции – от разработки конкретной задачи до ее реализации и анализа полученных результатов, которые трудно представить в обычном, образовательном процессе.

Руководитель-наблюдатель, роль которого выполняют кураторы проекта, поможет студентам развить в себе самостоятельность и организованность. Планировалось, что выстраивать внутреннюю структуру организации, учиться распределять свои ресурсы и организовывать время будут сами участники проекта.

Целью проекта было создание студенческого рекламного агентства в НИУ «БелГУ» на базе факультета журналистики, с привлечением не менее 30 студентов в период с 20 февраля 2017 по 1 декабря 2018. На реализацию цели было направлено решение следующих задач.

- 1) Обеспечение участия студентов направлений подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 42.03.02 Журналистика и 42.03.05 Медиакоммуникации в организационно-производственном цикле создания рекламного продукта.
- 2) Расширение возможностей для удовлетворения разнообразных интересов студентов в сфере образования.
- 3) Развитие инновационного потенциала общества.

В документах по организации студенческого профориентационного рекламного проекта «Мята» предполагалось развивать следующие направления деятельности: образовательное, практическое, коммерческое.

2.2. Характеристика деятельности рекламного мини-офиса «Мята»

Проект функционировал в течение заявленного времени, с 20 февраля 2017 по 1 декабря 2018. За это время было реализовано свыше ста заказов по разработке дизайна и созданию сувенирной продукции, была разработана различная документация; мини-офис принимал участие в конкурсах и организациях мастер-классов.

Согласно заявленной при организации документации, в планах проекта были намечены минимальные итоговые оценки деятельности (см. Таблица 1).

Показатель проекта:	план
Создание готовой рекламной продукции	20
Число студентов, прошедших практико-ориентированную подготовку	30
Число публикаций, индексируемых в РИНЦ	3
Число студентов, участвующих в университетских региональных, всероссийских проектах, конкурсах, направленных на формирование гражданской позиции личности	5
Разработка дизайн-макетов рекламной продукции	40

Таблица 1. Заявленный план оценки деятельности.

Для промежуточной оценки были проведены опросы участников с целью выявить сильные и слабые стороны проекта, интересы участников. Соблюдение плана в установленные сроки также являлось критерием оценки.

Концепция профессионализации отраслевой подготовки студентов факультета журналистики НИУ «БелГУ» в рамках студенческого рекламного мини-офиса предполагала ряд вариантов реализации:

- 1) Оказание рекламных услуг по следующим направлениям:
 - a) разработка фирменного стиля (название, логотип, фирменные цвета, слоган, фирменные гарнитуры, фирменные паттерны);
 - b) разработка дизайн-макетов для полиграфической продукции;
 - c) разработка дизайн-макетов для сувенирной продукции;
 - d) разработка дизайн-макетов для наружной и внутренней рекламы;
 - e) разработка дизайн-макетов для интернет-рекламы;
 - f) разработка рекламных кампаний;
 - g) маркетинговые исследования по заказу клиента;
 - h) производство сувенирной продукции;
 - i) производство полиграфической продукции.
- 2) Участие в организации производственной практики студентов.
- 3) Участие в мероприятиях по совершенствованию качества подготовки обучающихся.
- 4) Осуществление мер по оснащению мини-офиса необходимым оборудованием, программным обеспечением, наглядными пособиями.

По итогу декомпозиции и разработки программы, о которых говорилось в первом параграфе первой главы, в документах по организации проекта были выделены три направления деятельности студенческого рекламного мини-офиса:

1. Образовательное направление – включает в себя организацию мастер-классов; знакомство студентов со спецификой работы рекламного агентства непосредственно в образовательном процессе; подготовку

студенческих работ для участия в фестивалях и конкурсах рекламы федерального и международного уровня.

2. Практическое направление – участие студентов в реализации реальных рекламных мероприятий НИУ «БелГУ»; прохождение студентами производственной практики на базе студенческого рекламного агентства.

3. Коммерческое направление – подразумевало услуги дизайна (разработка логотипа, фирменного стиля, нейминг), изготовление сувенирной продукции, ВТЛ-акции (подготовка и проведение рекламных акций, раздача рекламной продукции).

В ходе образовательной деятельности было организовано и проведено восемь мастер-классов. Несмотря на то, что целевой аудиторией были студенты факультета журналистики, мероприятия посещали и студенты других направлений подготовки. Помимо мастер-классов для участников «Мяты» проводились внутренние тренинги и предоставлялась теоретическая информация как о различных аспектах работы полноценного рекламного агентства, так и об общих правилах создания рекламной продукции. Вместе с куратором студенты разбирали юридические аспекты деятельности рекламных организаций, готовили конкурсные работы, писали и публиковали научные статьи.

Во время практической деятельности студенты вплотную занимались созданием рекламной продукции. В отличие от обычного аудиторного образования, в ходе которого невозможно получить навык работы с оборудованием, участники овладели основами практической части рекламного производства и впоследствии смогут применить их в реальной профессиональной деятельности.

Еще одним важным аспектом проекта стало то, что студенты могли проходить производственную практику при вузе. Здесь получение ими практических знаний и навыков было максимальным, поскольку, в отличие от коммерческих фирм, деятельность которых зависит от заказов со стороны, в

образовательном проекте одним из ключевых элементов, определяющих направление получаемых знаний и навыков, была система образования. То есть, если целью практики было приобретение навыков работы с прессом, то в основном задания были направлены именно на соответствующую работу, что, несомненно, помогало студентам получить максимальный объем знаний.

В рамках коммерческой деятельности были полноценно реализованы направления дизайна и производства рекламной продукции. За время деятельности мини-офиса студенты разработали 89 дизайн-макетов различной сувенирной, полиграфической, текстовой и графической продукции:

- визитные карточки;
- афиши;
- объявления;
- листовки;
- карманные календари;
- блокноты;
- магниты;
- значки;
- керамические кружки;
- футболки;
- стенды;
- брендбуки;
- слоганы;
- названия организаций;
- элементы оформления групп в социальной сети «ВКонтакте»;
- логотипы.

В заданиях на разработку дизайна требовалось создать макеты для будущей сувенирной продукции или же разработать фирменный стиль для организаций или мероприятий. Ниже представлены примеры работ направления «Дизайн» (см. Рис. 5, Рис. 6):

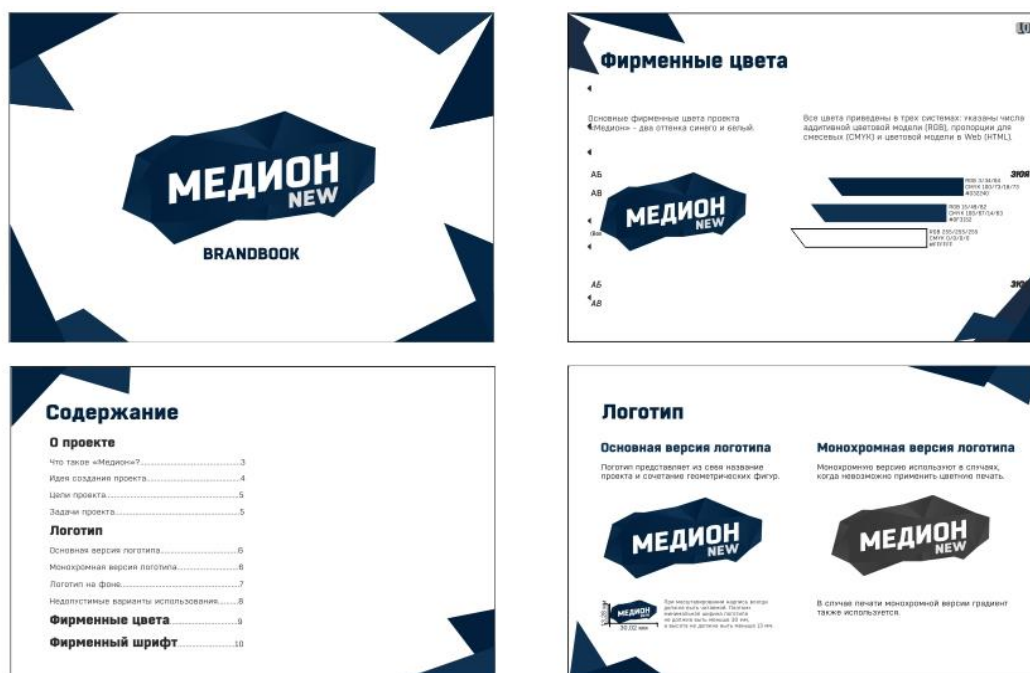


Рис. 5. Брендбук образовательного форума «Медион NEW»



Рис. 6. Макеты сувенирной продукции для студенческого рекламного мини-офиса «Мята»

На основе 42 из этих дизайн-проектов была создана различная материальная продукция, примеры некоторых работ приведены ниже (см. Рис. 7, Рис. 8):



Рис. 7. Изготовленная сувенирная продукция



Рис. 8. Сувенирная продукция для волонтерского корпуса «Клевер» и кафедры социологии и организации работы с молодежью

Выполняя подобные заказы, студенты научились разрабатывать фирменный стиль и брендбуки, оформлять раздаточные материалы и наградные бумаги, верстать и собирать полиграфию, а также производить разнообразные типы сувенирной продукции.

Помимо этого разработано 14 наименований внутренней документации студенческого рекламного мини-офиса «Мята»:

1. Каталог услуг;
2. Брифы на разработку рекламных материалов;
3. Инструкции по адаптации дизайн-макетов;
4. Должностные инструкции.

В рамках проекта было организовано производство рекламной продукции для структурных подразделений НИУ «БелГУ», среди них:

1. Факультет журналистики;
2. Институт фармации, химии и биологии НИУ «БелГУ»;
3. Кафедра социологии и организации работы с молодежью;
4. Волонтерский корпус «Клевер»;
5. Объединённый студенческий совет общежитий НИУ «БелГУ».

Также было организовано производство рекламной продукции для внешних заказчиков, таких как:

1. ООО «Городское такси» (710-710);
2. ООО «Космос»;
3. Группа компаний «Влата»;
4. ООО «SeoBel»;
5. ООО «Такси-эконом» (78-78-78).

Для четкого контроля за развитием и деятельностью проекта, был составлен подробный план управления проектом, в составе которого были следующие этапы:

Номер этапа	Наименование этапа
1	Организация студенческого рекламного мини-офиса
1.2	Разработка плана по профессионализации отраслевой подготовки студентов факультета журналистики в образовательном процессе НИУ «БелГУ»

1.3	Разработка типовых форм документации для деятельности студенческого рекламного мини-офиса
2	Техническое оснащение студенческого рекламного мини-офиса
3	Организация практико-ориентированных тренингов и мастер-классов
4	Разработка фирменных элементов студенческого рекламного мини-офиса
5	Реализация производственного цикла создания рекламной продукции
6	Реализация образовательного цикла студенческого рекламного мини-офиса
7	Анализ эффективности реализации проекта

Таблица 2. План управления проектом.

Подводя итоги, необходимо отметить, что все цели были достигнуты в намеченные сроки. К деятельности «Мяты» за все время ее существования было в разное время на длительный срок привлечено 20 студентов I-IV курсов, направлений подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 42.03.02 Журналистика и 42.03.05 Медиакоммуникации.

Согласно отчетным цифрам и таблице планируемых показателей (см. Таблицу 3), за период деятельности удалось выполнить следующее:

Показатель проекта:	план	
	Создание готовой рекламной продукции	20
Число студентов, прошедших практико-ориентированную подготовку	15	20

Число публикаций, индексируемых в РИНЦ	3	4
Число студентов, участвующих в университетских региональных, всероссийских проектах, конкурсах, направленных на формирование гражданской позиции личности	5	6
Разработка дизайн-макетов рекламной продукции	40	89

Таблица 3. Итоговые показатели деятельности.

Помимо материальных показателей, согласно официальному паспорту проекта, успешность самого проекта оценивалась в процентном соотношении по критериям, представленным в таблице 4.

Показатель
Превышение на не более <u>5000.0</u> руб. относительно установленного бюджета проекта соответствует 15% успешности проекта
Превышение на не более <u>14</u> дней относительно установленного срока окончания проекта соответствует 10% успешности проекта
Наличие результата проекта соответствует 55% успешности проекта
Выполнение всех требований к результату проекта соответствует 10% успешности проекта

Достижение всех показателей проекта плановых значений соответствует **10%** успешности проекта

Таблица 4. Показатели успешности проекта.

Поскольку все условия были выполнены, итоговая успешность проекта оценивается на 100%. Цели и задачи, за исключением реализации ВТЛ-направления, также были выполнены. Знания, получаемые во время тренингов, студенты реализовывали в короткие сроки.

2.3. Анализ отношения к проекту «Мята» его участников

Для получения точных сведений об отношении студентов к участию в проекте был проведен опрос (см. Приложение 2). Его результаты показали, что большинство участников были студентами первого курса (см. Рис. 1).

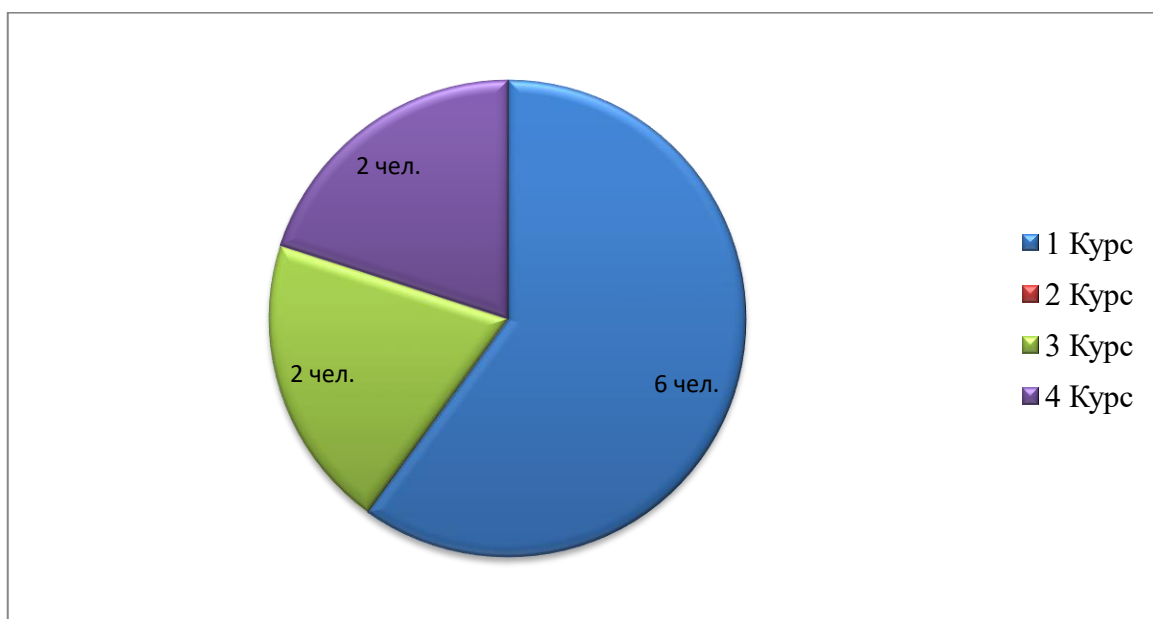


Рис. 1. Курс, на котором учились участники опроса

Уровень их теоретических и практических знаний до вступления в «Мяту» был низок. Лишь один студент оценивал уровень своих теоретических знаний до участия в проекте как «выше среднего», остальные поставили отметку «низкий» и один ответ «ниже среднего». По окончании проекта все студенты первого курса отметили уровень своих знаний как «выше среднего» или «высокий».

С практическими навыками ситуация аналогичная. Уровень «выше среднего» и «высокий» в начале проекта отметили лишь двое из семи студентов первого курса. По окончании проекта уровень их практических навыков остался прежним. Оценки остальных студентов-первокурсников изменились с отметки «низкий» до «выше среднего» и «высокий».

Студенты со второго по четвертый курс имели более обширную теоретическую базу знаний по своей специальности. Ее оценка колебалась от позиций «ниже среднего» до «выше среднего», однако каждый студент за время, проведенное в проекте, повысил уровень своих знаний минимум на одну позицию.

Уровень практических навыков до участия в проекте студенты отмечали в диапазоне от «низкий» до «выше среднего», уровень навыков по окончании – «выше среднего» и «высокий». Это показывает, что проект, в соответствии с заявленной целью, был направлен именно на формирование навыков дизайна и работы с оборудованием. Все, за исключением одного, опрошенные отметили свой итоговый уровень навыков как «выше среднего» и «высокий» (в обеих позициях по пять ответов). Это говорит о том, что студенты чувствуют себя более подготовленными к работе в сфере производства рекламного продукта. Результаты ответов на вопрос № 3 представлены в графике ниже (см. Рис. 2).

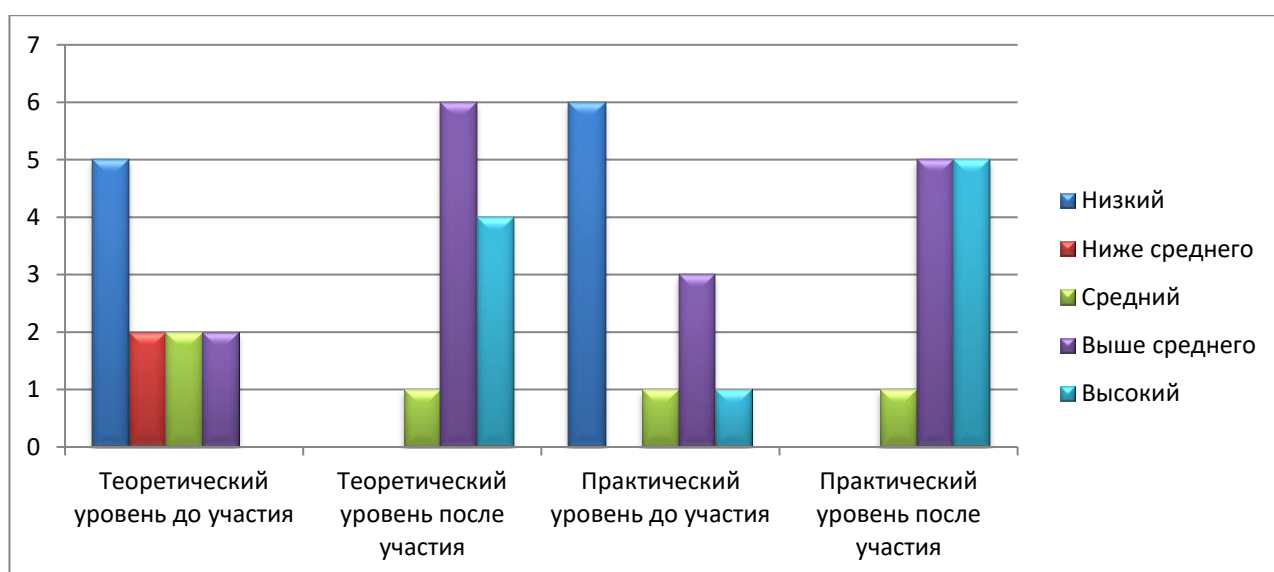


Рис 2. «Оцените Ваши знания и навыки в сфере рекламы до и после участия в студенческом рекламном мини-офисе «Мята»

В вопросе о сравнительной пользе проекта и стандартного студенческого курса, который звучал следующим образом: «Отметьте на пятибалльной шкале, где 1 - это студенческий рекламный мини-офис "Мята", а 5 - это студенческий образовательный курс, что, на Ваш взгляд, дало больше знаний о рекламе и рекламном делопроизводстве?» респонденты отметили равнозначную пользу от обоих объектов (см. Рис 3). Максимальную пользу студенческого рекламного мини-офиса «Мята» отметил лишь один студент. Это значит, что, несмотря на получение многих практических навыков, теоретический курс остается в равной степени полезным для студентов.

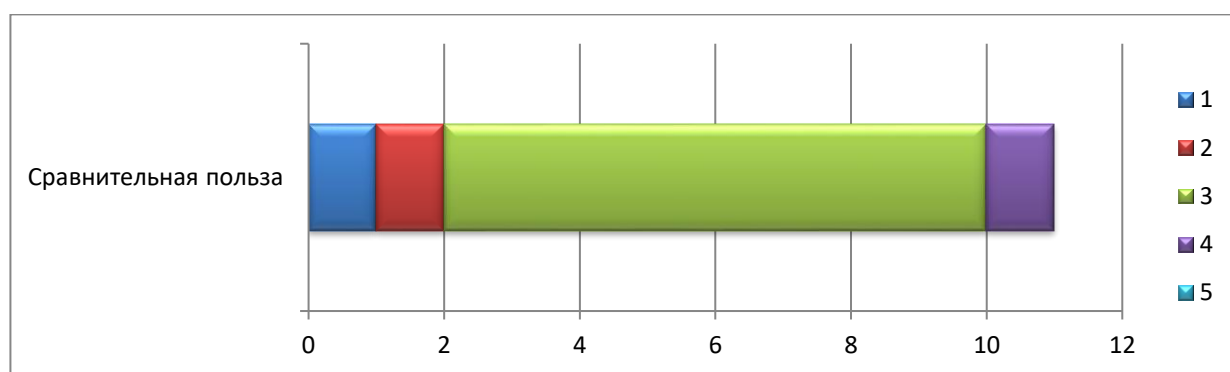


Рис. 3. Сравнительная польза проекта и студенческого образовательного курса

Согласно ответам на вопрос № 2: «Отметьте по пятибалльной шкале, на сколько пунктов Вы для себя оцениваете пользу от участия в студенческом рекламном мини-офисе "Мята"?» (см. Рис. 4), студенты положительно оценивают свое участие в проекте.



Рис. 4. Оценка пользы от участия в проекте

Если рассматривать в фазе рефлексии не только основные заявленные цели, но и то, что дал проект помимо практических навыков, – это налаживание отношений между студентами различных курсов факультета и всеми участниками «Мяты» в целом. Работа в едином коллективе положительно сказалась на коммуникации между курсами, поскольку участники стали связующими мостами, которые помогали преодолевать коммуникативные барьеры. В итоге это тоже благоприятно сказалось на получении новых знаний, поскольку студенты старших курсов могли делиться с младшими опытом, научно-учебной литературой, полезными интернет-ссылками и т.п. В свою очередь студенты младших курсов более охотно участвовали в различных формах учебных исследований, которые старшекурсники проводили в рамках изучаемых дисциплин.

2.4. Основные направления совершенствования работы студенческого рекламного мини-офиса

Для успешного запуска и реализации проекта необходимо четко следовать плану реализации. Помимо этого стоит обратить особое внимание на некоторые этапы. Например, А.О. Вылегжанина в своем труде «Разработка проекта: учебное пособие» рекомендует прежде всего четко обозначить проблему, поскольку цели проекта и его критерии оценки будут назначаться исходя из проблематики [Вылегжанина 2015]. Система критериев оценки также является немаловажным фактором реализации проекта, так как без четкого контроля цели проекта могут быть достигнуты не полностью или не достигнуты вовсе. Кроме того, при организации проекта следует обратить внимание на анализ ресурсов. Неправильно оценив имеющиеся ресурсы, можно заявить недостижимые цели или методы реализации проекта, что заранее сделает его невыполнимым или усложнит дальнейшую деятельность.

Примером недостаточного анализа ресурсов может служить следующая ситуация. В студенческом мини-офисе планировалось функционирование трех

направлений: дизайн, сувенирная продукция и VTL. Первые два, согласно отчетам, были признаны успешно реализованными. После рефлексии и разбора ошибок руководители проекта пришли к выводу, что основной причиной провала VTL-направления было недостаточное количество участников «Мяты». Организация мероприятий и рекламных акций требует большого количества времени, профессиональных качеств и способностей к такого рода деятельности. Было нецелесообразно использовать для VTL-направления студентов первого курса, а у остальных участников наблюдалась острая нехватка времени для этого.

Из этого вытекает другая проблема, с которой пришлось столкнуться, и которая не была вовремя решена, – невысокий уровень вовлеченности студентов. Информирование студентов проводилось через социальную сеть «ВКонтакте». Была создана группа проекта «Студенческий рекламный мини-офис "МЯТА"», информация из нее дублировалась в группу факультета журналистики, на базе которого был реализован проект. С первых тренингов для привлечения внимания к проекту и повышения конверсии были проведены творческие конкурсы и конкурсы репостов, однако количество подписчиков не увеличилось. В ноябре на базе медиагруппы НИУ «БелГУ» прошла онлайн-трансляция мастер-класса по изготовлению сувенирной продукции. Новость была дублирована в группы проекта и факультета, это позволило за день набрать 22 уникальных подписчика. В связи с этим при организации проекта следует учитывать площадки размещения информации и способы ее передачи, ориентируясь на интересы целевой аудитории проекта.

Вовлеченность студентов можно повысить, усилив коммерческую часть составляющую проекта. В студенческом мини-офисе «Мята» участники не получали плату за работу, поскольку проект носил строго образовательный характер. Деньги на реализацию были получены из фонда НИУ «БелГУ», а клиентская плата за услуги мини-офиса направлялась на покупку расходных и комплектующих элементов: бумаги разной плотности, клейкой ленты, чернил для принтера и т.д. Но, как указывают исследователи, получая вознаграждение

за свою работу, человек будет более вовлечен в процесс [Маслова 2017: 109]. Соответственно, получая некоторый процент от оплаты заказчиком работы, студенты усерднее старались бы при выполнении задачи, искали новых заказчиков, а также активнее получали знания, чтобы повысить качество работы и профессионализм.

Развития деятельности рекламного мини-офиса «Мята» можно добиться, увеличивая количество направлений производства рекламной продукции. Помимо дизайна, изготовления сувенирной и полиграфической продукции, возможно включить в перечень услуг изготовление светодиодных и термотрансферных объектов, производство более сложных элементов сувенирной продукции: брелоков из смолы, тканевых изделий и предметов малого тиража. Необходимо не только организовывать внутреннюю сетку производства, но и расширять предлагаемые услуги. Внедрение направления SMM и Web-дизайна обучит студентов актуальным навыкам работы в сети Интернет, ведению и наполнению групп в социальных сетях.

Еще один перспективный аспект деятельности – тесное сотрудничество с факультетом, институтом и университетом. Участие в проводимых вузом мероприятиях и акциях поможет привлечь новых абитуриентов. Увеличение количества студентов на платной основе позволит наполнить бюджет учебного заведения. Таким образом студенческий рекламный мини-офис «Мята» своей работой может агитировать и привлекать студентов к поступлению именно в НИУ «БелГУ». На основе этой деятельности и для ее улучшения необходимо будет увеличивать объемы производства раздаточной продукции, вводить новые категории товаров: информационные стенды, пресс-волл и другие средства информатизации и привлечения внимания. Для этого необходимо новое оборудование, которого на данный момент в организации нет. Демонстрируя руководству вуза объективную пользу от подобной деятельности, организаторский состав рекламного мини-офиса надеется увеличить субсидируемый бюджет проекта и финансирование покупки необходимого

оборудования. Это в свою очередь поможет студентам расширить производство рекламных товаров и услуг.

Для повышения качества профессионального образования необходимо участие в проектах спикеров – профессионалов той же сферы, что и проект. Основываясь на своем опыте и достижениях, они могут на примере различных кейсов рассказать об аспектах своей деятельности. Подобный опыт будет полезен в теоретическом и в практическом плане. В ходе подобных мероприятий, проведенных в форме лекций или мастер-классов, студенты могут задать интересующие их вопросы и предложить свои идеи для реализации. Спикеры в свою очередь могут познакомиться с потенциальными сотрудниками, владеющими нужными компетенциями, и, будучи руководителями отделов или организаций, по окончании обучения предлагать участникам работу. Таким образом, проект будет не только давать необходимые навыки и опыт, но и помогать выпускникам в трудоустройстве по профессии.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ II

Студенческий рекламный мини-офис «Мята» обладает всеми характеристиками проекта. Его главной целью являлось решение проблемы нехватки практических компетенций в процессе обучения.

Работа организации велась по двум направлениям: «Дизайн» и «Сувенирная продукция». Деятельность проекта характеризуется относительно крупными объемами производства и множеством заказов, что способствовало быстрому развитию требуемых навыков. За год работы студенты освоили процесс производства и выпустили более двадцати различных типов продукции. Подобная деятельность позволила им еще в студенческое время наполнить свои профессиональные портфолио, что повысит шансы на трудоустройство по окончании обучения.

Согласно проведенному опросу участников, деятельность в проекте повысила уровень их знаний и навыков. Помимо этого, они узнали о проблемах, которые были связаны именно с технологическими процессами, и, ввиду

нехватки материальной базы, не могли быть обнаружены в процессе обучения.
Побочная польза проекта: улучшение корпоративного духа факультета и
межстуденческой коммуникации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основными критериями проекта являются наличие проблемы и целей, направленных на ее решение, система критериев оценки, а также оригинальная деятельность. Согласно проведенному исследованию, проектное управление как наука зародилось недавно и изначально развивалось в экономической сфере. В настоящий момент проекты реализуются в образовании, управлении, строительстве и т.д. Можно сделать вывод, что система проектов – необходимый элемент организации различной деятельности, причем во всех сферах жизни. Для каждой из таких сфер существуют свои типы систем, со своими отличиями и факторами. Существует типология по срокам проекта, их масштабу, но основное их деление происходит по сферам деятельности, в которых их применяют: технический; организационный; экономический; социальный; образовательный; смешанный.

По принципу предметной направленности деятельности выделяются следующие проекты: инновационный; инвестиционный; научно-исследовательский; учебно-образовательный.

Исторически сложилось, что история системного управления шла в России и странах Запада по разным направлениям, что обусловлено различиями в типе экономики, в аппарате управления и идеологии.

Централизация сфер жизнедеятельности и пропаганда идеологии делали советские педагогические проекты скорее личностно-формирующими, чем образовательными. Как и другие проекты СССР, они были глобальны в своей реализации и распространялись на всю страну. В России, в связи с резкой сменой типа экономики и управления, проектная деятельность в настоящий момент функционирует слабо, в том числе и в сфере образования. Однако есть положительные тенденции развития, вносятся изменения в основы изучения проектного управления.

Отличительные факторы присутствуют в каждом из типов проектов. Главной отличительной характеристикой образовательного проекта является

наличие и проектирование педагогической системы. Она представляет собой совокупность целей, на которые должны опираться цели и методы реализации планируемого проекта. Поскольку образование является одним из главных этапов социализации личности, педагогическая система должна учитывать социальный заказ общества, его нравственность и принципы социального поведения. Вместе с этим, поскольку каждое образовательное учреждение имеет свою программу образования, свои дисциплины и методики преподавания, проектная деятельность не должна противоречить им. Она должна учитывать все характеристики того учреждения, в котором ее планируется реализовывать, а также те педагогические цели, которые реализуются в образовательной деятельности: освоение материала, наработка практических навыков и т.д. Еще одним отличием педагогических проектов от остальных являются цели и критерии. Накопление и передача знаний, конфигурация педагогических принципов, поиск новых путей оптимизации образования и повышение заинтересованности обучающихся – главные цели образовательных проектов.

Одним из направлений педагогической системы является организация профориентационных проектов. Подобные структуры помогают школьникам определиться с будущей профессией, а студентам – узнать все ее тонкости. Примером может служить проект создания студенческого рекламного мини-офиса «Мята». Его целью являлось дополнение существующего образовательного курса практической составляющей и развитие профессиональных навыков у студентов. Как проект его также характеризуют наличие сроков, критерии оценки и его уникальность. Проект в итоге был признан успешным, поскольку, благодаря детальной организации и умелому руководству, все итоговые и промежуточные цели были выполнены.

Деятельность студенческого рекламного мини-офиса «Мята» во многом повторяла деятельность профессиональных рекламных агентств. Дизайн фирменного стиля, разработка и реализация сувенирной продукции, участие в конкурсах рекламы – все это помогло студентам понять основные принципы

функционирования рынка рекламных услуг. Крупные объемы производства и множество заданий позволили студентам получить практический опыт и знания, необходимых для дальнейшего трудоустройства. Тренинги, лекции и научные публикации участников говорят об реализованности образовательной части проекта, направленной на приобретение студентами теоретических знаний о профессии и тенденциях развития рынка рекламы.

Развитие проекта мы видим в расширении направлений деятельности и увеличении количества предлагаемых товаров и услуг. Сделать это возможно при увеличении финансирования и обновлении оборудования. Тесный контакт с руководством вуза и факультета призваны обеспечить необходимый бюджет с целью повышения качества предлагаемых услуг и привлечения абитуриентов. Помимо этого необходимо информирование и агитация уже зачисленных студентов, привлечение их к работе в проекте и участию в конкурсах рекламы. Чтобы развивать профессиональные навыки участников проекта необходимо привлечение специалистов-практиков в качестве спикеров на тренинги и мастер-классы. Подобные улучшения положительно скажутся на функционировании рекламного мини-офиса и, как следствие, на профессиональном уровне студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В системе высшего образования профессионализация отраслевой подготовки студентов может стать эффективным инструментом, обеспечивающим переход от образования к трудоустройству. Однако профессионализации отраслевой подготовки студентов должна предшествовать целенаправленная, разноплановая и постоянная информационная работа с абитуриентами, преподавателями, научными сотрудниками и работниками администрации вуза, грамотное планирование проекта и распределение бюджета и других его ресурсов.

В заключении отметим, что необходимо изучать и улучшать педагогическое проектирование, изменять систему образования, поощрять и

финансировать различные проекты в образовательных учреждениях. Подобные проекты позволят выпускать компетентных специалистов, что положительно скажется на экономической и социальной обстановке в стране.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1) Альжев, Д.В. Социальная педагогика [Текст]/ Д.В. Альжев. – М.: Литрес, 2017. – 191 с.
- 2) Боженков, С.А. Система образования белгородской области: достижения и приоритеты развития [Текст]/ С.А. Боженков// Аналитический вестник. – 2016. – № 6. – С. 43-47
- 3) Веракса, Н.Е., Веракса А.Е Проектная деятельность дошкольников. Пособие для педагогов дошкольных учреждений [Текст]/ Н.Е. Веракса, А.Е. Веракса. – М.: Литрес, 2015. – 536 с.
- 4) Виненко, В.В. Общие основы педагогики [Текст]/ В.В. Виненко. – М.: Литрес, 2017. – 746 с.
- 5) Войтина, Ю.М. Шпаргалка по общим основам педагогики [Текст]/ Ю.М. Войтина. – М.: Литрес, 2018. – 125 с.
- 6) Вылегжанина, А.О. Разработка проекта : учебное пособие [Текст]/ А.О. Вылегжанина. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 291 с.
- 7) Газгиреева, Л.Х. История педагогики и образования: государственная педагогика России 2-е изд. Монография [Текст]/ Л.Х. Газгиреева. – М.: Литрес, 2019. – 74 с.
- 8) Голованов, В.А. Рекламное агентство [Текст]/ В.А. Голованов. – СПб.: Издательский дом Питер, 2011. – 254 с.
- 9) Горнова, Н.В. Профессионально-личностное становление будущего учителя. Монография [Текст]/ Н.В. Горнова, Г.И. Железковская. – Балаково, 1999. – 108 с.
- 10) Дженкинс, С. Web-дизайн [Текст]/ С. Дженкинс. – М.: Литрес, 2017. – 335 с.
- 11) Джурицкий, А.Н. Педагогика и образование в России и в мире на пороге двух тысячелетий: сравнительно-исторический контекст [Текст]/ А.Н. Дружинский. – М.: Литрес, 2017. – 344 с.

12) Доклад центра стратегических разработок и высшей школы экономики «Двенадцать решений для нового образования» [Текст]/ Под общей редакцией: Я.И. Кузьминов, И.Д. Фрумин. – Москва: 2018. – 106 с.

13) Единая система конструкторской документации [Электронный ресурс]/ Межгосударственный стандарт ГОСТ 2.120-73 от 28 февраля 1973 г. Протокол №502// Единая система конструкторской документации. Основные положения: Сб. ГОСТов. - М.: Стандартинформ – 2011 год. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200001996>

14) Жильцова, О.Н., Жильцов, Д.А., Синяева, И.М. Основы рекламы. Учебник и практикум для СПО [Текст]/ О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов, И.М. Синяева. – М.: Литрес, 2019. – 670 с.

15) Ильясов, Д.Ф. Профессиональная подготовка общественных экспертов в системе дополнительного профессионально- педагогического образования [Текст]/ Ильясов Д.Ф.// Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2009. – № 2. – 279 с.

16) Зуховицкий, С.И., Радчик, И.А. Математические методы сетевого планирования [Текст]/ С.И. Зуховицкий, И.А. Радчик. - М.: ОЛМА, 1965. – 296 с.

17) Калиева, О.П., Ковалевский, В.П., Лужнова, Н.В. Организация рекламной деятельности [Текст]/ О.П. Калиева, В.П. Ковалевский, Н.В. Лужнова. – М.: Литрес, 2017. – 379 с.

18) Керимова, Ч.В. Учетно-аналитическое обеспечение разработки и реализации рекламных проектов [Текст]/ Ч.В. Керимова. – М.: Литрес, 2017. – 465 с.

19) Кирилловых, А.А. Регулирование труда в высшем учебном заведении: Практическое пособие [Текст]/ А.А. Кирилловых. – М.: Литрес, 2018. – 632 с.

20) Кожемякин, Е.А., Полонский, А.В. Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей: Научно-практическая

конференция аспирантов и студентов. Белгород, НИУ «БелГУ», Факультет журналистики 11-17 апреля 2018 г.: материалы конференции [Текст]/ под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. – Белгород, Факультет журналистики НИУ «БелГУ», 2018. – 157 с.

21) Кондратьев, В.В., Лоренц, В.А. Даешь инжиниринг! Методология организации проектного бизнеса [Текст]/ В.В. Кондратьев, В.А. Лоренц. – М.: Литрес, 2017. – 536 с.

22) Конституция Российской Социалистической Федеративной Советской Республики от 10 июля 1918 года.// СУ РСФСР – 1918 – № 51– ст. 582

23) Котова, Е.С. Реализация проектного управления в муниципальных образованиях Белгородской области [Электронный ресурс]// Молодой ученый. – 2019. – №2. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/240/55515/>

24) Крейсберг, М.М. США, системный подход в управлении [Текст]/ М.М. Крейсберг. – М.: Махаон, 1974. – 216 с.

25) Ларионов, В.Г., Борисова, В.В., Мазурин, Э.Б. Теория организации [Текст]/ В.Г. Ларионов, В.В. Борисова, Э.Б. Мазурин. – М.: Литрес, 2017. – 807 с.

26) Мазур, И.И. Шапиро, В.Д., Ольдерогге, Н.Г. – М12 Управление проектами: Учебное пособие [Текст]/ Под общ. ред. И.И. Мазура. – 2-е изд. – М.: Омега-Л, 2004. – 664 с.

27) Макаренко, А.С. Педагогические сочинения [Текст]: В 8-ми т. Т. 3/ Сост.: Л.Ю. Гордин, А.А. Фролов. – М.: Педагогика, 1984 – 512 с.

28) Маслова, Е.Л. Менеджмент [Текст]/ Е.Л. Маслова. – М.: Литрес, 2017. – 468 с.

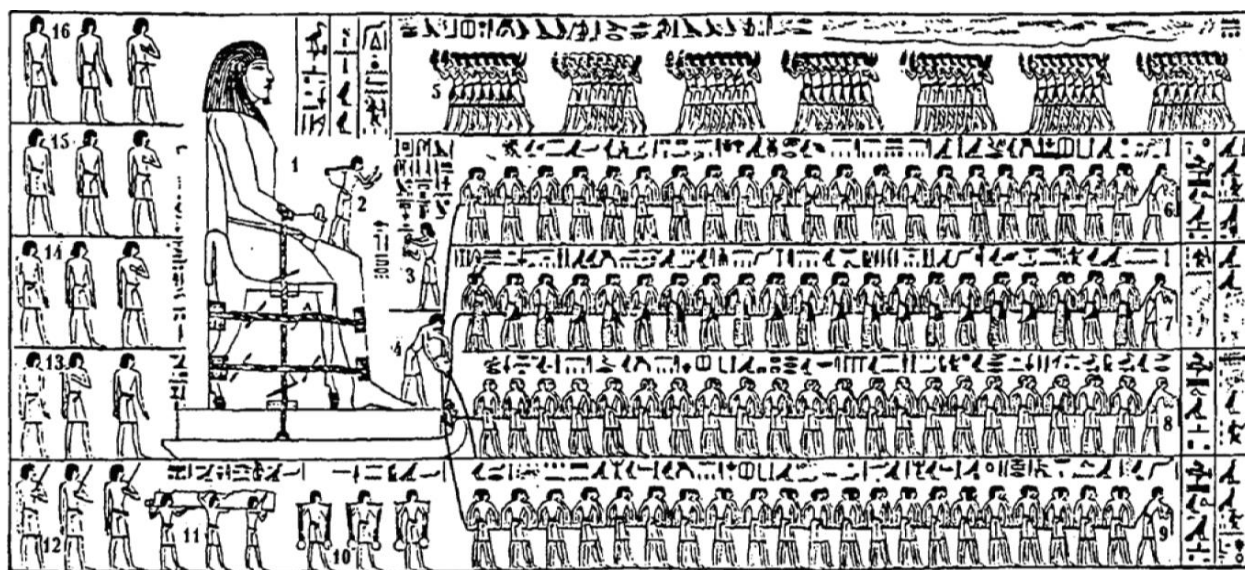
29) Мельников, И.В. Реклама, PR, брендинг и маркетинг [Текст]/ И.В. Мельников. – М.: Литрес, 2017. – 159 с.

30) Нездемковская, Г.В. Зарождение и развитие этнопедагогики России [Текст]/ Г.В. Нездемковская. – М.: Литрес, 2019. – 432 с.

- 31) Новиков, А.М., Новиков, Д.А. Образовательный проект (методология образовательной Деятельности) [Текст]/ А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – М.: «Эгвес», 2004. – 120 с.
- 32) Плаксина, И.В. Интерактивные образовательные технологии 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата [Текст]/ И.В. Пласкина. – М.: Литрес, 2018. – 503 с.
- 33) Подласый, И.П. Педагогика [Текст]/ И.П. Подласый. – М.: Литрес, 2017. – 59 с.
- 34) Полат, Е.С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования [Текст]/ под ред. Е.С. Полат. – М., 2005. – 272 с.
- 35) Полухин, О.Н. Социально-технологический подход [Текст]/ О.Н. Полухин ; БелГУ// Теория управления: социально-технологический подход : энцикл. слов./ Акад. наук соц. технологий и местн. самоупр. ; под ред. В.Н. Иванова, В.И. Патрушева. - Москва, 2004. - С. 470-471.
- 36) Поляков, В.А., Романов, А.А. Реклама: разработка и технологии производства. Учебник и практикум для СПО [Текст]/ В.А. Поляков, А.А. Романов. – М.: Литрес, 2018. – 764 с.
- 37) Прохоров, А.П. Русская модель управления [Текст]/ А.П. Прохоров. – М.: Литрес, 2018. – 524 с.
- 38) Прохорова, В.В., Гавриш, Е.С. Управление проектами [Текст]/ В.В. Прохорова, Е.С. Гавриш. // М.: Scientific magazine Kontsep. 2016. – 226 с.
- 39) Разу, М.Л. Управление проектом. Основы проектного управления: учебник [Текст]/ коллектив авторов ; под ред. проф. М.Л. Разу. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : КНО - РУС, 2010. – 760 с.
- 40) Серякова, С.Б., Кравченко, В.В. Дополнительное профессиональное образование в России и странах Западной Европы: сопоставительный анализ [Текст]/ С.Б. Серякова, В.В. Кравченко. – М.: Литрес, 2017. – 72 с.
- 41) Старкова, Н.А. Маркетинговые коммуникации и организация рекламной деятельности [Текст]/ Н.А. Старкова. – М.: Литрес, 2017. – 526 с.

- 42) Суворова, С.Л. Колосовская, Т.А. Подгорбунских, А.А. Проектная и исследовательская деятельность обучающихся: теория и практика [Текст]/ С.Л. Суворова, Т.А. Колосовская, А.А. Подгорбунских. – Шардинск : ШГПИ 2015. – 175 с.
- 43) Торосян, В.Г. История образования и педагогической мысли[Текст]/ В.Г. Торосян. – М.: Литрес, 2016. – 157 с.
- 44) Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" [Электронный ресурс]/ Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ. // Собрание законодательства Российской Федерации, N 53 (ч.1) – 2012. – ст.7598 – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902389617>
- 45) Челябин, А.А. Проектное управление в сфере информационных технологий [Текст]/ А.А. Челябин. – М.: Литрес, 2017. – 338 с.
- 46) Шевчук, Д.А. Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций [Текст]/ Д.А. Шевчук. – М.: Литрес, 2017. – 518 с.
- 47) Яковлева, Н.Ф. Проектная деятельность в образовательном учреждении [Текст]/ Н.Ф. Яковлева. – М.: Литрес, 2015. – 736 с.
- 48) Якунин, В.И. В будущее России – с высокой скоростью [Текст]/ В.И. Якунин. – М.: Литрес, 2017. – 536 с.
- 49) Deutsches Institut für Normung (DIN). [Электронный ресурс]// DIN 69901./ 2009г.- Режим доступа: <https://www.din.de/en/getting-involved/standards-committees/nqsz/standards>
- 50) Institute P. M. Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK(R) Guide-Sixth Edition [Текст]/ Agile Practice Guide Bundle (RUSSIAN). – М.: Project Management Institute, 2018. – 976 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1
Древнеегипетский настенный орнамент



ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Анкета социологического исследования

1. Сколько месяцев Вы принимали участие в деятельности студенческого рекламного мини-офиса «Мята»?

Ответ: _____

2. Отметьте по пятибалльной шкале, на сколько пунктов Вы для себя оцениваете пользу от участия в студенческом рекламном мини-офисе «Мята»?

Ответ: 1-2-3-4-5

3. Оцените Ваши знания и навыки в сфере рекламы до и после участия в студенческом рекламном мини-офисе «Мята»?

	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий
Оцените Ваш теоретический уровень знаний до участия в «Мяте»					
Оцените Ваш теоретический уровень знаний по окончанию участия в «Мяте»					
Оцените Ваш уровень практических					

навыков до участия в «Мяте»					
Оцените Ваш уровень навыков по окончанию участия в «Мяте»					

4. Отметьте на пятибалльной шкале, где 1 – это студенческий рекламный мини-офис «Мята», а 5 – это студенческий образовательный курс, что на Ваш взгляд дало больше знаний о рекламе и рекламном делопроизводстве?

Ответ: 1-2-3-4-5

5. Ваши фамилия и имя. (Этот пункт нигде не будет отражен и нужен исключительно для контроля ответов).

Ответ: _____

6. Ваш курс?

- 1
- 2
- 3
- 4