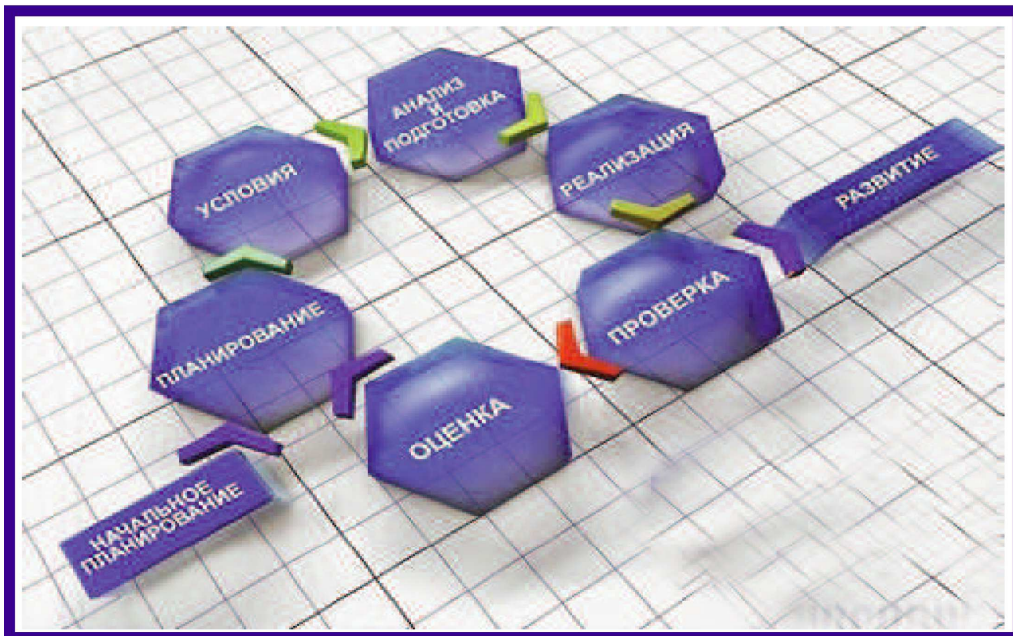


# ПАРТНЕРСТВО УНИВЕРСИТЕТА И БИЗНЕСА

*ОТ МОНОПРОЕКТОВ  
К СТРУКТУРИРОВАННЫМ  
ПРОЕКТНЫМ РЕШЕНИЯМ*



**Монография**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Владивостокский государственный университет (ВВГУ)

---

## **ПАРТНЕРСТВО УНИВЕРСИТЕТА И БИЗНЕСА:**

### **ОТ МОНОПРОЕКТОВ К СТРУКТУРИРОВАННЫМ ПРОЕКТНЫМ РЕШЕНИЯМ**

Монография

Владивосток  
Издательство ВВГУ  
2022

УДК 004:33  
ББК 65.291.217  
П18

**Рецензенты:** *Ю.В. Якубовский*, д-р техн. наук, профессор  
департамента прикладной экономики Школы  
экономики и менеджмента, ДВФУ, Заслужен-  
ный деятель науки Российской Федерации  
*А.Ю. Сащенко*, канд. экон. наук, доцент,  
доцент Департамента прикладной экономики  
Школы экономики и менеджмента ДВФУ

**Партнерство университета и бизнеса : от монопроектов  
к структурированным проектным решениям :** монография /  
П18 под ред. Н.Н. Масюк, Ю.В. Разумовой ; Владивостокский государст-  
венный университет. – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2022. – 212 с.

ISBN 978-5-9736-0683-1; DOI: <https://doi.org/10.24866/9736-0683-1-2022-212>

Монография представляет руководство по управлению проектной дея-  
тельностью в университете как для преподавателей, так и для специалистов по  
управлению проектами. Показан опыт работы Владивостокского государст-  
венного университета (ВВГУ) и других дальневосточных вузов по внедрению  
проектной деятельности в образовательный процесс. Исследование призвано  
обогащать опыт студентов, преподавателей и руководителей проектов в целях  
развития навыков и решения проблем проектной деятельности в вузе.

Для студентов, преподавателей, аспирантов, слушателей системы по-  
вышения квалификации, практикующих менеджеров, экономистов и руко-  
водителей организаций.

УДК 004:33  
ББК 65.291.217

**Коллектив авторов:** Разумова Ю.В., Андреев В.А., Балдина Ю.В., Белозер-  
цева Н.П., Бубновская Т.В., Варкулевич Т.В., Васюков О.Н., Васюкова Л.К., Ве-  
ролайнен С.И., Вертинова А.А., Глухоманова А.А., Голиков С.Ю., Жохова В.В.,  
Ибрагимова М.Х., Ивельская Н.Г., Карпова Н.А., Ким А.Г., Кметь Е.Б., Кузнецов  
П.А., Левченко Н.Г., Масюк Н.Н., Недолужко О.В., Нигай Е.А., Ослопова М.В.,  
Пашук Н.Р., Седова Н.А., Степулева Л.Ф., Терентьева Т.В., Тилиндис Т.В., Тра-  
пезникова Е.М., Черная И.П., Чудаев Э.Ю., Шереметьева Н.Г., Юрченко Н.А.

ISBN 978-5-9736-0683-1

© ФГБОУ ВО «Владивостокский госу-  
дарственный университет», оформ-  
ление, издание, 2022

© Коллектив авторов, текст, 2022

## ОГЛАВЛЕНИЕ

---

---

ВВЕДЕНИЕ .....	6
Раздел I. О ХОДЕ РЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ ВО ВЛАДИВОСТОКСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ В 2018–2022 гг. <i>С.Ю. Голиков, П.А. Кузнецов</i> .....	8
Раздел II. КАТАЛОГ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ.....	11
Раздел III. ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ ВО ВЛАДИВОСТОКСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ (2018–2022) .....	14
Проект 1. ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КАЧЕСТВОМ ЖИЗНИ И МИГРАЦИОННЫХ НАСТРОЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ. <i>Ю.В. Разумова, Т.В. Варкулевич, М.В. Ослопова, Н.Г. Ивельская, В.А. Андреев</i> .....	14
Проект 2. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ШКОТОВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА НА ПЕРИОД С 2021 ПО 2030 ГОД И ПЛАНА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ РАЗРАБОТАННОЙ СТРАТЕГИИ. <i>Т.В. Варкулевич, Н.Г. Ивельская, Э.Ю. Чудаев</i> .....	20
Проект 3. ПРОЕКТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФГБОУ ВО «ВВГУ» С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ. <i>С.И. Веролайнен, Н.А. Карпова, Н.Г. Шереметьева</i> .....	32
Проект 4. ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ЗАЯВКЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ. <i>Ю.В. Разумова</i> .....	42
Проект 5. РАЗРАБОТКА ПРОТОТИПА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ПРОДАЖИ ДЕТСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ С ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ ОПИСАНИЕМ ИНТЕРФЕЙСА. <i>Н.Н. Масюк</i> .....	51
Проект 6. ИССЛЕДОВАНИЕ МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫХ И МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ ВО ВЛАДИВОСТОКЕ. <i>Е.Б. Кметь, Н.А. Юрченко</i> .....	70
Проект 7. КЛУБ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ВВГУ (ВГУЭС) (формат S2B student to business). <i>О.В. Недолужко</i> .....	76
Проект 8. ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ПРОЕКТА «СОСТАВЛЕНИЕ ПОРТРЕТА ЦЕЛЕВЫХ	

ГРУПП КЛИЕНТОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ». <i>Е.А. Нигай</i> .....	81
Проект 9. ОЦЕНКА ОНЛАЙН-РЕПУТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА. <i>Н.Р. Паиук</i> .....	91
Проект 10. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ КАФЕ В БАТУТНОМ ПАРКЕ «JUMP TOWN» (формат S2B student to business)». <i>Ю.В. Балдина</i> .....	99
Проект 11. АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ РАБОТОДАТЕЛЕЙ ПО ПРОФЕССИЯМ, СВЯЗАННЫМ С ИЗУЧЕНИЕМ ДИСЦИПЛИНЫ «МУЛЬТИМЕДИА ТЕХНОЛОГИИ». <i>Н.Г. Левченко, Н.А. Седова</i> .....	103
Проект 12. РАЗРАБОТКА РАЗДЕЛА БИЗНЕС-ПЛАНА ПО ПРОИЗВОДСТВУ 3D-ПРИНТЕРОВ «МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА». <i>В.В. Жохова, А.Г. Ким</i> .....	117
Проект 13. «ПРОФСТАЖИРОВКИ.РФ»: ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА. <i>А.А. Вертинова</i> .....	128
Проект 14. ОПЫТ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ. <i>Т.В. Бубновская</i> .....	135
Проект 15. ПРОЕКТНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАФЕДРЫ МТ: ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ И РАЗВИТИЯ – ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ И ПУТИ РЕШЕНИЯ. <i>Т.В. Тилиндис, Н.П. Белозерцева</i> .....	143
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК РАЗДЕЛА III .....	148
 Раздел IV. ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ В ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫХ УНИВЕРСИТЕТАХ .....	153
Проект 16. ОПЫТ СОПРОВОЖДЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ «СТАРТАП КАК ДИПЛОМ» В ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ. <i>М.Х. Ибрагимова</i> .....	153
Проект 17. РАЗРАБОТКА ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ И ЗАПУСК БЛОКОВ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ПРОБНОЙ ВЕРСИИ ЭЛЕКТРОННОЙ ПЛАТФОРМЫ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКИХ УСЛУГ (АЛЬФА-ВЕРСИЯ). <i>Л.К. Васюкова, О.Н. Васюков</i> .....	163
Проект 18. РАЗРАБОТКА ИНТЕГРАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ФУНКЦИОНАЛА ЭЛЕКТРОННОЙ В2В ПЛАТФОРМЫ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКИХ УСЛУГ. <i>О.Н. Васюков</i> .....	169
Проект 19. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ БЛОКА «СТРАХОВАНИЕ РИСКОВ ТУРИСТОВ» ЭЛЕКТРОННОЙ ПЛАТФОРМЫ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ДФО. <i>Л.К. Васюкова</i> .....	173
Проект 20. ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТНОГО ОБУЧЕНИЯ В МЕДИЦИНСКОМ ОБРАЗОВАНИИ. <i>И.П. Черная</i> .....	177

---

Проект 21. УСЛОВИЯ ИМПОРТА (ТАРИФНОЕ И НЕТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ) ГРЕБЕШКА И ТРЕПАНГА В КНР ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. <i>А.А. Глухоманова</i> .....	182
Проект 22. СОБЛЮДЕНИЕ УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ, ХРАНЕНИЯ И МАРКИРОВКИ СЛАБОАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА. <i>Л.Ф. Степулёва</i> .....	191
Проект 23. ПРОДВИЖЕНИЕ АККАУНТА КАФЕДРЫ МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ. <i>Е.М. Трапезникова</i> .....	196
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК РАЗДЕЛА IV .....	203
Раздел V. ОТ МОНОПРОЕКТОВ К СТРУКТУРИРОВАННЫМ ПРОЕКТНЫМ РЕШЕНИЯМ.....	205
КОМПЛЕКСНЫЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ПРОЕКТЫ ВВГУ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ДОСТИЖЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА НА 2022–2023 гг. <i>В.А. Андреев</i> .....	205
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	208
КОЛЛЕКТИВ АВТОРОВ .....	211

## ВВЕДЕНИЕ

---

Монография «Управление проектами как инструмент подготовки студентов университета во взаимодействии с бизнесом» посвящена 55-летию Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (ВГУЭС), переименованного в 2022 году во Владивостокский государственный университет (ВВГУ).

Современные тенденции трансформации университетского образования определяют новые формы и подходы к обучению. Цифровизация бизнес-процессов, новые формы организации и взаимодействия с бизнесом, скорость саморазвития требуют стремительной адаптации к изменениям в индустриях. Университет в этих процессах не просто организация, проактивно и масштабно взаимодействующая с внешними партнёрами, но и непосредственный участник индустриальных изменений как хозяйствующий субъект, как поставщик квалифицированных трудовых ресурсов, держатель академических компетенций и методологии образования. Наряду с внедрением практико-интегрированного обучения, одним из таких направлений взаимодействия с бизнесом явилось внедрение проектного обучения. Содержанию и наполненности данной формы реализации образовательного процесса посвящено настоящее исследование.

Монография является результатом описания опыта коллектива авторов в аспекте анализа использования проектной деятельности в образовательном процессе университетов.

Идея внедрения сквозной дисциплины «Проектная деятельность» заключалась в следующем. Независимо от направления подготовки, студенты на протяжении четырёх семестров обучения должны пройти полный цикл реализации проектов по реальным заявкам. В качестве заказчиков проектов выступают представители Правительства Приморского края, Администрация города Владивостока, органы местного самоуправления, Управление федеральной службы по аккредитации по Дальневосточному федеральному округу, Управление Федерального казначейства по Приморскому краю, Агентство по развитию человеческого капитала на Дальнем Востоке, Пенсионный фонд Российской Федерации, банковский сектор, компании рыбопромышленного комплекса и судостроения, туристско-рекреационный кластер, авиакомпании, компании добывающего и производственного секторов экономики, крупные оптовые и розничные, логистические компании, рекламные агентства, индивидуальные предприни-

матели, некоммерческие организации. Заказчиком отдельных проектов выступал Владивостокский государственный университет (ВВГУ).

За четыре года проектной деятельности реализовано более 1200 проектов, из них более 600 – по заказу бизнес-сообщества и партнеров ВВГУ. Выполнение проектов осуществляется в тесном взаимодействии с представителями заказчиков: обсуждаются график реализации, методика, согласуются ключевые точки реализации. В этом диалоге студенты погружаются в предметную область деятельности партнёров университета, понимают специфику, требования будущих работодателей, распределяют проектные роли и понимают ответственность за продуктовые результаты. Ежегодно 1250 студентов погружаются в логику управления проектами, осваивают конкретные инструменты и методы: от построения структурной декомпозиции работ, управления сроками, ресурсами, рисками до передачи результатов и защиты проекта перед заказчиком и представителями бизнес-среды, независимыми экспертами. В свою очередь, бизнес с огромным интересом привлекает ресурсы университета для решения не срочных, но стратегически важных задач, приглашает студентов на практику, формирует кадровый резерв компаний.

Помимо взаимодействия с бизнесом проектная деятельность, реализуемая в рамках учебного процесса, является хабом для подготовки команд на чемпионаты Кубок «Управляй», WorldSkills, к участию в проектах «Россия – страна возможностей», для участия студентов в Стартап акселераторах и реализации собственных предпринимательских идей. Это одна из форм индивидуального подхода в образовании и развитии предпринимательской экосистемы, одна из вариаций перехода от управления портфелем образовательных программ к управлению опытом обучения.

В данном издании предлагаем ознакомиться с отдельными примерами реализации проектов, совершенно новым опытом профессорско-преподавательского состава университета в руководстве студенческими проектными командами, коммуникации с заказчиками, профессиональными впечатлениями, выводами и нестандартными решениями. Выражаем надежду, что содержание монографии представит альтернативный взгляд на существующую архитектуру образовательного процесса и позволит адаптировать описанный здесь опыт в других университетах.

Авторы выражают благодарность коллегам из других университетов региона, кто участвовал в подготовке и издании монографии.

Издание предназначено для руководителей, преподавателей, студентов, специалистов, отвечающих за проектное обучение, промышленных партнёров университетов.

**Ректор**

**Т.В. Терентьева,**  
д-р экон. наук, профессор



# **Раздел I. О ХОДЕ РЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ ВО ВЛАДИВОСТОКСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ В 2018–2022 гг.**

---

---

**С.Ю. Голиков**

канд. техн. наук, первый проректор

**П.А. Кузнецов**

руководитель института нефтегазового дела, транспорта и логистики

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**В**о Владивостокской государственном университете спроектирована и реализована комплексная система реализации проектной деятельности, где определены функционал и границы ответственности каждого участника. В качестве участников мы выделяем следующие категории: ответственный сотрудник вуза, ответственный за реализацию проектной деятельности – заместитель проректора по УНИР, Центр проектного обучения (ЦПО) – подразделение, отвечающее за методологию реализации проектов, организацию и контроль выполнения проектов, кафедры вуза в лице заведующих и преподавателей – подразделения, непосредственно реализующие проекты, кураторы проектной деятельности на кафедрах – несущие ответственность за решение организационных вопросов, связанных с реализацией проектной деятельности внутри подразделений, и сами студенты, которые выбирают проекты для участия и занимаются их непосредственным выполнением.

Количество проектов, реализуемых университетом в каждом семестре, определяется исходя из числа студентов, обязанных пройти обучение по дисциплине «Проектная деятельность», включенной в учебные планы большинства направлений подготовки в университете. Расчет производится по количеству проектных команд, каждая из которых состоит из пяти студентов. После этого становится понятно, какое количество проектных задач будет решать каждая кафедра, и ясна потребность в количестве руководителей проектов (в первую очередь – из числа преподавателей кафедры). Центр проектного обучения распределяет учебную нагрузку на преподавателей – руководителей проектов исходя из установленного в университете норматива – 40 часов контактной работы на проект и

контролирует выполнение установленной нагрузки и своевременной оплаты работы преподавателей.

Проекты реализуются по заказам реального сектора экономики командами студентов под руководством преподавателей и «заходят» в вуз разными путями:

1) бизнес напрямую обращается со своими запросами, которые передаются на профильные кафедры для дальнейшей проработки;

2) преподаватели вуза, исходя из областей своих профессиональных компетенций, взаимодействуют с партнерами для выявления реальных проблем, требующих решения, и формируют совместно с партнером проектные задачи;

3) Центр проектного обучения и/или курирующий проектную деятельность ответственный сотрудник вуза ведут переговоры с компаниями для формирования пула проектов, которые передаются для реализации на кафедры.

После того, как становится ясна задача и потребность заказчика, заполняется паспорт проекта, в котором фиксируется информация о заказчике, сроках, целях и задачах проекта, описание проблемной ситуации, результаты, которые должны быть получены, и потребность в команде проекта – сколько необходимо студентов для реализации проекта и учащиеся каких направлений могут принять участие в реализации проекта. После заполнения паспорт проекта направляется на согласование в информационной системе документооборота ВВГУ. Согласующими являются заведующий кафедрой, на базе которой реализуется проект, руководитель ЦПО и заместитель проректора по УНИР. После согласования проект становится доступен студентам для записи. Записавшиеся на проект студенты одобряются или не одобряются к участию руководителем проекта. Если студент не согласован к участию в проекте, ему необходимо записаться в команду другого доступного проекта. Кураторы проектной деятельности на кафедрах следят, чтобы все студенты записались на реализацию проектов в текущем семестре.

Команды начинают свою работу над проектами, и в обязательном порядке представляют результаты своей деятельности на контрольных точках дважды в течение семестра. Таким образом, у студентов формируются не только профессиональные, но и другие необходимые коммуникативные навыки и компетенции. Контрольные точки организуются ЦПО и кураторами проектной деятельности на кафедрах. Результаты оцениваются экспертной комиссией, минимум из трех человек, в состав которых в обязательном порядке входят представители кафедры, на которой выполняются проекты, представители других учебных и/или административных подразделений университета, внешние эксперты и представители заказчиков (последние – по желанию/согласованию).

Проекты оцениваются комиссией по пяти критериям:

- 1) содержательность идеи проекта (степень её проработанности, глубина);
- 2) командная работа и коммуникации;
- 3) использование инструментария;
- 4) достигнутые результаты;
- 5) качество презентации, выступления (доклад и ответы на вопросы).

Обязательными элементами презентаций на контрольных точках являются: проблема, на решение которой направлен проект, цель проекта и задачи проекта в обязательной связке с конкретной формулировкой проблемы; информация о заказчике проекта и других заинтересованных лицах (стейкхолдеры проекта); используемый проектный инструментарий, включая структурную декомпозицию и график работы над проектом, и отзыв Заказчика проекта.

Каждый критерий может быть оценен от 1 (наименьшая оценка) до 10 (наивысшая оценка) баллов. Комиссия оценивает работу команды проекта в целом и достигнутые командой результаты. Оценки комиссии по итогам двух контрольных точек составляют 40% от итоговой оценки студента, еще 60% составляет оценка преподавателя – руководителя проекта. Такая система позволяет точно отразить индивидуальный вклад каждого студента и подчеркнуть принцип коллективной работы и коллективной ответственности за достижение результатов проекта.

## Раздел II. КАТАЛОГ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

№ проекта	Название проекта	Заказчик	Научный руководитель/ руководители проекта
<b>ПРОЕКТЫ ВВГУ (ВГУЭС)</b>			
1	Исследование удовлетворенности качеством жизни и миграционных настроений населения Приморского края	Казначейство России, Управление по Приморскому краю, г. Владивосток	Разумова Ю.В. Варкулевич Т.В. Ослопова М.В. Ивельская Н.Г. Андреев В.А.
2	Разработка стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района на период с 2021 года по 2030 год и плана мероприятий по реализации разработанной стратегии	Администрация Шкотовского муниципального района Приморского края	Варкулевич Т.В. Ивельская Н.Г. Андреев В.А. Чудаев Э.Ю.
3а	Учебно-тестовый модуль контроля знаний и повышения квалификации государственных гражданских служащих	Управление Росаккредитации по ДФО	Веролайнен С.И.
3б	Разработка интерактивных диалоговых эмуляторов процедур оценки соответствия аккредитованного лица критериям аккредитации	Управление Росаккредитации по ДФО	Веролайнен С.И.
4	Исследование бренда IT компании как работодателя	ООО «ФарПост»	Разумова Ю.В.
5	Разработка прототипа Интернет-магазина продажи детских образовательных программ с функциональным описанием интерфейса	ИП Красько Е.С. (г. Владивосток)	Масюк Н.Н.
6	Исследование межконфессиональных и международных отношений во Владивостоке	ООО «Гавань-Турцентр»	Кметь Е.Б. Юрченко Н.А.

№ проекта	Название проекта	Заказчик	Научный руководитель/ руководители проекта
7	Клуб молодых предпринимателей ВВГУ (ВГУЭС)	Ректорат ВВГУ (ВГУЭС)	Недолужко О.В.
8	Составление портрета клиентов кафе быстрого питания ООО «Барс»	ООО «Барс» (г. Владивосток)	Нигай Е.А.
9	Оценка онлайн-репутации рекламных агентств города Владивосток	ООО «Пасифик медиа» (г. Владивосток)	Пашук Н.Р.
10	Разработка концепции кафе в батутном парке «Jump Town» (формат B2S student to business)»	ООО «ПЛЕКС» (г. Владивосток)	Балдина Ю.В.
11	Анализ потребностей работодателей по профессиям, связанным с изучением дисциплины «Мультимедиа технологии»	Ректорат ВВГУ (ВГУЭС)	Левченко Н.Г. Седова Н.А.
12	Разработка раздела бизнес-плана по производству 3d принтеров «Маркетинговый анализ рынка»	ООО «СПЕЦТЕХРЕСУРС» (г. Владивосток)	Жохова В.В. Ким А.Г.
13	Популяризация профессии «Почтальон» среди молодежи	Профстажировка.ru	Вертинова А.А.
14	Маркетинговое исследование перспектив строительства многофункционального рекреационного комплекса «Истерн Аква Парадайз» на острове Русский, Приморский край: анализ спроса и среднего чека	ООО «Ваш Бизнес Эксперт» (г. Владивосток)	Бубновская Т.В.
15а	Выявление лояльности профессорско-преподавательского состава ВГУЭС к образовательной организации	Ректорат ВВГУ (ВГУЭС)	Тилиндис Т.В. Белозерцева Н.П.
15б	Социологические опросы студентов по оценке различных аспектов деятельности в университете, в т.ч. качества учебного процесса	Ректорат ВВГУ (ВГУЭС)	Тилиндис Т.В. Белозерцева Н.П.

№ проекта	Название проекта	Заказчик	Научный руководитель/ руководители проекта
<b>ПРОЕКТЫ ДРУГИХ ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫХ ВУЗОВ</b>			
16	Опыт сопровождения студенческих проектов в рамках программы «Стартап как диплом» в Дальневосточном федеральном университете	Ректорат ДВФУ	Ибрагимова М.Х.
17	Разработка технического задания на формирование и запуск блоков финансовых услуг пробной версии электронной платформы рекреационно-туристских услуг (альфа-версия)	Кроноцкий заповедник (Камчатский край)	Васюкова Л.К. Васюков О.Н.
18	Разработка интеграционной модели функционала электронной B2B платформы рекреационно-туристических услуг	Кроноцкий заповедник (Камчатский край)	Васюков О.Н.
19	Разработка концептуальной модели блока «Страхование рисков туристов» электронной платформы рекреационно-туристских услуг ДФО	Кроноцкий заповедник (Камчатский край)	Васюкова Л.К.
20	Особенности и проблемы реализации проектного обучения в медицинском образовании	Ректорат ТГМУ	Черная И.П.
21	Условия импорта (тарифное и нетарифное регулирование) гребешка и трепанга в КНР для субъектов малого и среднего предпринимательства	Ректорат ВВГУ (ВГУЭС)	Глухоманова А.А.
22	Соблюдение условий реализации, хранения и маркировки слабоалкогольных напитков в торговых сетях города Владивостока	Ректорат ВВГУ (ВГУЭС)	Степулёва Л.Ф.
23	Продвижение аккаунта кафедр маркетинга и торговли в социальной сети	Ректорат ВВГУ (ВГУЭС)	Трапезникова Е.М.

## **Раздел III. ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ ВО ВЛАДИВОСТОКСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ (2018–2022)**

---

---

### **Проект 1. ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КАЧЕСТВОМ ЖИЗНИ И МИГРАЦИОННЫХ НАСТРОЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ**

**Ю.В. Разумова**

д-р экон. наук, доцент, заместитель проректора по академической политике

**Т.В. Варкулевич**

канд. экон. наук, зав. кафедрой экономики и управления

**М.В. Ослопова**

канд. экон. наук, доцент

**Н.Г. Ивельская**

канд. экон. наук, доцент

**В.А. Андреев**

доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

#### **1.1. Паспорт проекта**

Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Описание проблемной ситуации (как есть)	Рост среднедушевых доходов населения и рост реальной начисленной заработной платы в последние годы не оказывают влияния на рост показателя численности населения Приморского края. Сокращается численность населения, увеличивается коэффициент естественной убыли населения. В связи с этим, возникает потребность в исследовании причин, оказывающих влияние на отток населения. Выявленные причины могут быть направлены в органы государственной власти для разработки мероприятий по сокращению миграционного оттока и увеличению численности населения в Приморском крае.

Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Цель проекта	Разработать вопросы опросного листа, провести опрос по целевым аудиториям. Подготовить отчет по результатам исследования.
Сроки реализации проекта	01.10.2019 – 16.01.2020
Планируемые результаты проекта	1. Перечень вопросов опросного листа. 2. Проведенный опрос с использованием электронных ресурсов, или на бумажных носителях (в зависимости от целевой аудитории). 3. Обработанные результаты опроса.
Требования к результату	1. Вопросы опросного листа должны быть подготовлены таким образом, чтобы можно было понять причины, вследствие которых жители Приморского края покидают регион. Это должны быть вопросы с вариантами выбора ответов, которые респондент оценивает по соответствующей шкале. 2. В качестве целевой аудитории рассмотреть возрастные группы: <ul style="list-style-type: none"> <li>• до 18 лет;</li> <li>• от 19 до 30 лет;</li> <li>• от 31 до 40 лет;</li> <li>• от 41 до 55 лет;</li> <li>• 56 лет и старше.</li> </ul> 3. Необходима информация о ресурсах, которые использовались для сбора данных, о количестве потенциальных респондентов и репрезентативной выборке.
Формат представления результатов, который подлежит оцениванию	Необходимо представить визуализацию результатов анкетного опроса в презентации Power Point и отчет, с интерпретацией полученных результатов в текстовом документе Word.
Описание изменений в проблемной ситуации (как будет)	На данном этапе имеется укрупненная информация, которая подтверждает факт оттока населения из Приморского края. Известны отдельные факторы, так или иначе влияющие на сложившееся положение дел. После проведения анкетного опроса ожидается получить ответы респондентов, которые позволят глубже и детальнее раскрыть причины миграционных настроений населения. Результаты данного исследования могут быть положены в основу разработки мероприятий для Плана социально-экономического развития Приморского края для снижения оттока населения.



Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/ отработываемые навыки	Интервьюер; Аналитик; Визуализатор; Интегратор-организатор; Специалист по электронному анкетированию;

## 1.2. Комментарий к проекту

*Заказчик проекта:* Казначейство России, управление по Приморскому краю, г. Владивосток

*Отраслевые и дисциплинарные сферы проекта:* публичное управление, управление общественными финансами, экономическая социология.

Проект «Исследование удовлетворенности качеством жизни и миграционных настроений населения Приморского края» выполнен университетом ВВГУ по заданию Управления федерального казначейства по Приморскому краю для повышения эффективности управления общественными финансами. Методика реализации проекта основана на применении принципов доказательной политики для обоснования предоставления бюджетных ассигнований из средств федерального бюджета с целью финансирования объектов социальной инфраструктуры в центрах экономического роста в Приморском крае.

Проект включал проведение выборочных опросов населения Приморья в конце 2019 г., начале 2020 г., с последующей аналитической обработкой и интерпретацией полученных результатов в качестве доказательной основы. Проект выполнен в соответствии с соглашением о реализации проекта между федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» и Управлением федерального казначейства по Приморскому краю.

Объектом исследования в процессе выполнения проекта являлись постоянные и временные жители Приморского края возрастных групп:

- до 18 лет;
- от 19 до 30 лет;
- от 31 до 40 лет;
- от 41 до 55 лет;
- 56 лет и старше.

В процессе исследования возрастные группы от 41 до 55 лет; 56 лет и старше объединены в единую группу от 41 года. Предметом исследования в рамках проекта являлось:

1) мнение населения Приморского края о качестве жизни в субъективном понимании качества, доступности и комфортности объектов общественной инфраструктуры, жилья и услуг в отраслях социальной сферы;

2) намерения жителей Приморского края и причины для выезда за пределы края на постоянное место жительства.

Исследовалось субъективное восприятие гражданами уровня комфортности, социального и экономического благополучия, безопасности проживания на территории края. При формировании проектного задания принималось во внимание, что рост среднедушевых доходов населения и рост реальной начисленной заработной платы в последние годы не оказывают влияния на рост показателя численности населения Приморского края. Сокращается численность населения, увеличивается коэффициент естественной убыли населения<sup>1</sup>. Известны отдельные факторы, так или иначе влияющие на миграционные процессы. После проведения выборочного опроса были получены ответы респондентов, которые позволили глубже и детальнее раскрыть причины миграционных настроений населения.

Цель проекта	Научно-практический результат проекта
Повышение эффективности казначейского контроля при реализации программ и проектов социально-экономического развития	Сформирована социологическая доказательная основа, обосновывающая приоритетность финансирования программ и проектов социально-экономического развития
Экспертные и дисциплинарные сферы проекта	Проектные технологии
Публичное управление, Управление общественными финансами, Экономическая социология	In-field выборочные опросы, Экспертные сессии, Аналитическая обработка данных

Рис. 1.1. Экспертные сферы проекта «Исследование удовлетворенности качеством жизни и миграционных настроений населения Приморского края»

<sup>1</sup> Приморскстат. Основные показатели миграционного прироста/убыли населения; Основные демографические показатели Приморского края, 2019–2020 гг.

Проектные технологии включали выборочный опрос жителей края с использованием электронных опросных форм Google, сравнительный анализ результатов опроса в процессе работы экспертных групп, интерпретацию и документальное оформление полученных данных (рис. 1.1). Опросные листы были подготовлены таким образом, чтобы понять степень удовлетворенности качеством и доступность социальных услуг, оценить мнения о состоянии общественной, транспортной и коммунальной инфраструктуры, и таким образом, выявить причины, по которым жители Приморского края покидают регион. Вопросы представлены с вариантами выбора ответов, которые респонденты оценивали по соответствующей шкале. Исходя из общего количества жителей Приморского края (1 902 718 человек)<sup>1</sup> объем репрезентативной выборки составляет 384 человека. В результате анкетного опроса, проведенного студентами ФГБОУ ВО «ВВГУ», собрано 1718 анкет, что превысило объем репрезентативной выборки в 4,5 раза.

В соответствии с заданием проект выполнен в три этапа.

*1 этап* – ноябрь-декабрь 2019 г. Формирование индивидуального для каждой группы респондентов набора вопросов опросных листов, заполнение шаблонов Google и дистрибуция анкет путем рассылки респондентам электронных ссылок.

*2 этап* – январь 2020 г. Сбор и агрегирование результатов опроса в табличных формах Excel, сравнительный анализ результатов опроса различных возрастных групп, интерпретация и документальное оформление полученных данных.

*3 этап* – февраль 2020 г. Трансформирование результатов опроса в отчет. Передача отчета заказчику.

*Основной результат проекта* – сформирована социологическая доказательная основа, обосновывающая приоритетность финансирования объектов капитального строительства Адресной инвестиционной программы Приморского края. Результаты проекта имеют прикладное значение и применяются заказчиком при осуществлении функций казначейского контроля для более объективной оценки эффективности финансирования программ и проектов социально-экономического развития, направленных на сокращение миграционного оттока и увеличение численности населения в регионе. Проведенное социологическое исследование является точечным (разовым), имеет описательный характер, предполагая получение целостного представления относительно изучаемого предмета, когда объектом изучения является большая общность людей с разнообразными характеристиками: возрастными, гендерными, социальными.

---

<sup>1</sup> Приморскстат. Численность постоянного населения Приморского края, 2020 г.

Проведение опроса, обработку и интерпретацию данных обеспечивали студенты 2-го курса направления подготовки «Государственное и муниципальное управление». Студентами освоены навыки формирования и анализа больших массивов данных, интерпретации полученной информации, графического и документального оформления результатов исследования.

Для координации работы проектных групп был организован проектный офис под руководством Ю.В. Разумовой, профессора кафедры экономики и управления, и Т.В. Варкулевич, зав. кафедрой экономики и управления. Проектные группы возглавили: М.В. Ослопова, доцент кафедры экономики и управления, В.А. Андреев, доцент кафедры экономики и управления, Н.Г. Ивельская, доцент кафедры экономики и управления. Результаты проекта получили высокую оценку заказчика, студенты-участники и руководители проекта отмечены благодарственными письмами И.А. Полушкина, руководителя Управления федерального казначейства по Приморскому краю.

**Проект 2. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ШКОТОВСКОГО  
МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА НА ПЕРИОД С 2021  
ПО 2030 ГОД И ПЛАНА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ  
РАЗРАБОТАННОЙ СТРАТЕГИИ**

**Т.В. Варкулевич**

канд. экон. наук, зав. кафедрой экономики и управления

**Н.Г. Ивельская**

канд. экон. наук, доцент

**Э.Ю. Чудаев**

преподаватель

*Владивостокский государственный университет*

*Владивосток. Россия*

**2.1. Паспорт проекта\***

(техническое задание как приложение к муниципальному  
контракту)

Наименование проекта	Выполнение работ по разработке «Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района на период с 2021 года по 2030 год и Плана мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района на период с 2021 по 2030 год»
Цель и задачи проекта	<p>Целью разработки Стратегии и плана мероприятий по ее реализации является определение системы долгосрочных приоритетов, целей, задач, направлений, механизмов, целевых показателей социально-экономического развития Шкотовского муниципального района, согласованных с приоритетами, целями и задачами социально-экономического развития Российской Федерации и Приморского края.</p> <p>Задачи разработки Стратегии и плана мероприятий по ее реализации:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– комплексный анализ социально-экономического положения, оценка достигнутых целей социально-экономического развития Шкотовского муниципального района;</li><li>– оценка внутренних и внешних условий, тенденций, ограничений, диспропорций, дисбалансов, возможностей, включая финансовые, социально-экономического развития Шкотовского муниципального района, отдельных отраслей и сфер муниципального управления;</li><li>– определение приоритетов, целей и задач социально-экономического развития Шкотовского муниципального района;</li></ul>

	<p>– выбор путей и способов достижения целей и решения задач социально-экономического развития Шкотовского муниципального района, обеспечивающих наибольшую эффективность использования необходимых ресурсов;</p> <p>– формирование комплекса мероприятий, обеспечивающих достижение целей и решение задач социально-экономического развития Шкотовского муниципального района;</p> <p>– разработка механизмов управления реализацией Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района, включая систему мониторинга и контроля.</p>
Сроки реализации проекта	01.09.2020 – 01.01.2021
Основные направления разработки	<p>Основные направления разработки Стратегии Шкотовского муниципального района</p> <p>Основные направления, рассматриваемые в рамках разработки Стратегии и плана мероприятий по ее реализации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение приоритетов, целей и задач социально-экономического развития</li> <li>2. Характеристика целевого сценария социально-экономического развития</li> <li>3. Развитие человеческого потенциала и социальной сферы</li> <li>4. Развитие гражданского общества, некоммерческого сектора и самоуправления граждан</li> <li>5. Экономическое развитие</li> <li>6. Развитие научно-инновационной сферы</li> <li>7. Рациональное природопользование и обеспечение экологической безопасности</li> <li>8. Развитие межмуниципальных и внешнеэкономических связей</li> <li>9. Пространственное развитие</li> <li>10. Кадровое обеспечение экономики</li> <li>11. Развитие инфраструктуры</li> <li>12. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность</li> <li>13. Ресурсное обеспечение реализации Стратегии</li> </ol>
Этапы работ по разработке НИР	<p>Этапы работ по разработке НИР: 1 этап: «Анализ социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края»; 2 этап: «Разработка Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края на период до 2030 года»; 3 этап: «Разработка плана мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края на период до 2030 года»; 4 этап: «Рассмотрение, согласование, утверждение Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края».</p> <p><i>1 этап: «Анализ социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края»</i></p> <p><u>Исполнителю по 1 этапу необходимо:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) провести анализ общемировых, общероссийских и краевых тенденций социально-экономического развития и ограничений в сопоставлении с районами со схожими параметрами развития;</li> </ol>

	<p>2) провести анализ социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края в рамках тенденций развития Приморского края;</p> <p>3) провести анализ итогов развития Шкотовского муниципального района Приморского края за предыдущий период (не менее 5 лет) с оценкой результатов социально-экономического развития по направлениям, указанным в разделе 5 Технического задания;</p> <p>4) провести SWOT-анализ по каждому из указанных в разделе 5 Технического задания направлений развития Шкотовского муниципального района и обобщить его результаты;</p> <p>5) провести оценку уровня конкурентоспособности Шкотовского муниципального района Приморского края в сравнении с сопоставимыми муниципальными районами Приморского края по основным направлениям развития и социально-экономическим показателям;</p> <p>6) изучить общемировые и общероссийские тенденции формирования и развития городских агломераций и опыт управления их развитием (анализ территориальной организации, нормативно-правовое обеспечение);</p> <p>7) провести анализ потенциала и перспектив развития Шкотовского муниципального района Приморского края и сопредельных территорий в рамках развития Приморского края и внешнеэкономической деятельности Шкотовского района.</p> <p><u>По итогам выполнения 1 этапа, исполнитель представляет заказчику следующие материалы:</u></p> <p>1) аналитическую записку об общемировых, общероссийских и краевых тенденциях социально-экономического развития и ограничений в сопоставлении с районами со схожими параметрами развития;</p> <p>2) аналитическую записку с оценкой результатов социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края по направлениям, указанным в разделе 5 Технического задания;</p> <p>3) аналитическую записку, содержащую выводы о социально-экономическом развитии Шкотовского муниципального района Приморского края в рамках тенденций развития Приморского края;</p> <p>4) аналитическую записку, содержащую результаты SWOT-анализа по всем направлениям Шкотовского муниципального района Приморского края, указанным в разделе 5 Технического задания;</p> <p>5) аналитическую записку с оценкой уровня конкурентоспособности Шкотовского муниципального района Приморского края в сравнении с сопоставимыми муниципальными районами Приморского края по основным направлениям развития и социально-экономическим показателям;</p> <p>6) аналитическую записку об общемировых и общероссийских тенденциях формирования и развития городских агломераций;</p> <p>7) аналитическую записку с оценкой потенциала и перспектив развития Шкотовского муниципального района Приморского края и сопредельных территорий в рамках развития Приморского края и внешнеэкономической деятельности Шкотовского района;</p>
--	---

<p>8) итоговое заключение, содержащее выводы о настоящем социально-экономическом положении Шкотовского муниципального района Приморского края, его конкурентных преимуществах и инвестиционной привлекательности, проблемах, рисках и приоритетных направлениях развития.</p> <p><i>2 этап разработки НИР: «Разработка проекта Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края на период до 2030 года»</i></p> <p><u>Исполнителю по 2 этапу необходимо:</u></p> <p>1) сформулировать и обосновать миссию и стратегическое видение развития Шкотовского муниципального района Приморского края. Миссия должна отражать роль и место, которое муниципальное образование «Шкотовский муниципальный район» должно занять в Приморском крае в результате реализации Стратегии. Стратегическое видение должно отражать желаемый образ муниципального образования «Шкотовский муниципальный район», приоритеты развития в социальной сфере и экономике;</p> <p>2) разработать систему стратегических целей и задач социально-экономического развития по направлениям, указанным в разделе 5 Технического задания, с учетом оценки финансовых ресурсов, необходимых для реализации. Цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, актуальными;</p> <p>3) разработать целевой сценарий социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края на долгосрочный период, отражающий ключевые тенденции развития, тренды, события и технологии. Определить ожидаемые результаты достижения поставленных целей с учётом целей и задач социально-экономического развития Российской Федерации, Приморского края и Шкотовского муниципального района;</p> <p>4) разработать направления реализации стратегических целей и задач социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края по направлениям, указанным в разделе 5 Технического задания в контексте предложенного целевого сценария;</p> <p>5) разработать предложения по перечню муниципальных программ, необходимых для достижения целевых показателей развития до 2030 года, а также по созданию условий для развития Шкотовского муниципального района Приморского края.</p> <p><u>По итогам выполнения 2 этапа Исполнитель представляет Заказчику следующие материалы:</u></p> <p>Проект Стратегии, содержащий:</p> <p>1) формулировку Миссии и стратегического видения развития Шкотовского муниципального района Приморского края с обоснованием выбора;</p> <p>2) стратегические цели и задачи социально-экономического развития по направлениям, указанным в разделе 5 Технического задания, с учетом финансовых ресурсов, необходимых для реализации;</p>
--



	<p>3) целевой сценарий социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края на долгосрочный период;</p> <p>4) направления реализации стратегических целей и задач социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края в контексте предложенного целевого сценария;</p> <p>5) предложения по перечню муниципальных программ Шкотовского муниципального района Приморского края, необходимых для достижения целевых показателей развития до 2030 года;</p> <p>6) предложения по созданию условий для формирования и развития Шкотовского муниципального района Приморского края.</p> <p><i>3 этап разработки НИР: «Разработка проекта плана мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края на период до 2030 года»</i></p> <p><u>Исполнителю по 3 этапу необходимо:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) определить наиболее эффективные и применимые механизмы и инструменты реализации Стратегии;</li> <li>2) разработать систему целевых показателей и индикаторов реализации Стратегии;</li> <li>3) разработать план мероприятий по реализации Стратегии с привязкой к периодам планирования;</li> <li>4) определить и обосновать приоритетные проекты развития Шкотовского муниципального района Приморского края;</li> <li>5) оценить обеспеченность ресурсами, необходимыми для достижения целевых показателей и индикаторов реализации Стратегии;</li> <li>6) разработать систему управления реализацией Стратегии, включающую: организационную структуру управления, систему мониторинга и контроля;</li> <li>7) разработать модель прогнозирования социально-экономического развития (включая демографический прогноз) на основе сценарных условий развития экономики Российской Федерации, Приморского края и Шкотовского муниципального района. Произвести и обосновать выбор базового сценария.</li> </ol> <p><u>По итогам выполнения 3 этапа, Исполнитель представляет Заказчику следующие материалы:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) аналитическую записку, содержащую перечень и описание наиболее эффективных и применимых механизмов и инструментов реализации Стратегии;</li> <li>2) план мероприятий по реализации Стратегии с привязкой к периодам планирования, содержащий: <ul style="list-style-type: none"> <li>– этапы реализации,</li> <li>– наименование цели, задачи, мероприятия, ключевого события,</li> <li>– содержание мероприятий (содержание мероприятия (ключевого события), взаимосвязь с иными мероприятиями Стратегии),</li> </ul> </li> </ol>
--	--

	<p>– показатели и их целевые значения/ ожидаемые результаты реализации мероприятия, ключевого события,</p> <p>– источники финансового/ресурсного обеспечения (государственная программа Российской Федерации, государственная программа субъекта Российской Федерации, муниципальная программа, субсидии, субвенции, непрограммная часть адресной инвестиционной программы (с указанием документов, их утверждающих); внебюджетные источники (программы субъектов естественных монополий, иные инвесторы); иные источники финансирования),</p> <p>– срок реализации (мероприятия, ключевого события) (год, квартал);</p> <p>1) аналитическую записку, содержащую описание системы управления реализацией Стратегии, организационной структуры управления, системы мониторинга и контроля.</p> <p><i>4 этап разработки НИР: «Рассмотрение, согласование, утверждение Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района Приморского края»</i></p> <p><u>Исполнителю по 4 разделу необходимо:</u></p> <p>1) подготовить доклад и презентационные материалы для представления проекта Стратегии и плана мероприятий по ее реализации;</p> <p>2) провести презентацию и предварительное обсуждение проекта Стратегии и плана мероприятий по ее реализации с руководителями подразделений администрации Шкотовского муниципального района, депутатами Шкотовского муниципального района, другими заинтересованными лицами по представлению заказчика;</p> <p>3) по согласованию с заказчиком доработать проект Стратегии и плана мероприятий по ее реализации с учетом предложений и замечаний, поступивших в ходе предварительного обсуждения;</p> <p>4) обеспечить представление Стратегии исполнителем при проведении публичных слушаний по проекту Стратегии и плана мероприятий по ее реализации (подготовка презентации, выступление с докладом, ответы на вопросы);</p> <p>5) по согласованию с заказчиком выполнить доработку проекта Стратегии и плана мероприятий по ее реализации по результатам публичных слушаний.</p> <p><u>По итогам выполнения 4 раздела, исполнитель представляет заказчику следующие материалы:</u></p> <p>1) доклад и презентационные материалы по проекту Стратегии и плана мероприятий по ее реализации;</p> <p>2) отчет о результатах рассмотрения предложений и замечаний, поступивших в ходе предварительного обсуждения проекта Стратегии и плана мероприятий по ее реализации;</p> <p>3) отчет о результатах рассмотрения предложений и замечаний, поступивших в ходе публичных слушаний проекта Стратегии и плана мероприятий по ее реализации.</p>
--	--

<p>Основные требования к порядку и срокам выполнения работ</p>	<p><b>Ключевые принципы выполнения работ</b></p> <p>1) Высокая степень открытости и коммуникативности между исполнителем и стейкхолдерами (представителями власти, бизнеса и общественных объединений), позволяющая вовлечь через рабочие встречи, интервью, совещания, проектные семинары и сессии всех заинтересованных участников.</p> <p>2) Внутренняя социально-экономическая структура Шкотовского муниципального района Приморского края должна быть представлена соответствующим набором статистических показателей следующим образом: – Шкотовский муниципальный район, как в целом, так и с разбивкой по городским и сельским поселениям.</p> <p><b>Организация работ и формы взаимодействия с ключевыми участниками</b></p> <p>1. Работы ведутся исполнителем в тесном взаимодействии с органами местного самоуправления Шкотовского муниципального района Приморского края, представителями крупного, среднего и малого бизнеса и общественными организациями, населением Шкотовского района.</p> <p>2. Работы должны проводиться в тесном взаимодействии со специалистами заказчика. Ответственность за достоверность исходной информации лежит на Заказчике. Сбор дополнительной информации осуществляется Исполнителем.</p> <p>3. Заказчик обеспечивает оперативное предоставление Исполнителю имеющихся в его распоряжении исходных данных.</p> <p>4. Исполнитель должен обеспечить обеспечивающих информационно-аналитическое сопровождение (собрать и обработать исходные данные (статистические, ведомственные, отраслевые)).</p> <p><b>Основные требования к порядку и срокам выполнения работ</b></p> <p>1. Исполнитель, в течение 1 месяца со дня заключения контракта должен представить и утвердить у Заказчика:</p> <p>1) методологию разработки, обеспечивающую научную обоснованность Стратегии и ее соответствие требованиям документов, обязательных к учету при разработке Стратегии;</p> <p>2) подробное описание мероприятий по реализации Технического задания, структуру и содержание НИР;</p> <p>3) календарный план-график, с учетом основных сроков выполнения, указанных в Приложении к Техническому заданию.</p> <p>Срок выполнения работ – октябрь 2021 г. Возможно досрочное выполнение работы.</p> <p>2. В рамках выполнения данной НИР предусмотрено проведение стратегических сессий с участием представителей заказчика, представителей исполнителя и иных заинтересованных лиц. Перечень участников, формат и сценарий проведения организационно-методических мероприятий обсуждается заранее с заказчиком.</p>
--	---

	<p>3. Материально-техническое обеспечение проведения коммуникационных мероприятий (раздаточный и презентационный материал) осуществляет исполнитель.</p> <p>4. Исполнитель, по согласованию с заказчиком, привлекает к процессу разработки Стратегии консультантов (экспертов) по отдельным направлениям, имеющих опыт в стратегическом пространственном и экономическом планировании развития городов и (или) регионов, с целью всесторонней проработки Стратегии, включая проведение специальных исследований (при необходимости). По результатам разработки Стратегии эксперты представляют аналитическое заключение по всем направлениям развития Шкотовского муниципального района, отраженным в Стратегии.</p> <p>5. Исполнитель несет в полном объеме ответственность за действия третьих лиц, привлеченных им в процессе выполнения работ.</p> <p>6. После завершения работ по всем этапам НИР исполнитель готовит сводный доклад и презентационные материалы для представления материалов заказчику.</p> <p>7. Для освещения процесса разработки Стратегии исполнителем в течение всего срока исполнения НИР готовятся и передаются заказчику информационные материалы для размещения в СМИ и на интернет-площадках. Объем и вид представляемых материалов – текст объемом 1–3 листа формата А4, выполненный шрифтом Times New Roman, размер шрифта 14 пт.</p> <p>8. Все материалы (доклады, презентации, проекты выступлений), представляемые исполнителем на заседаниях, публичных слушаниях предоставляются заказчику на рассмотрение и согласование до проведения мероприятия.</p> <p>9. Заказчик, по обоснованному запросу исполнителя, предоставляет ему имеющуюся информацию (в т.ч. статистическую), необходимую для выполнения работ, а также дополнительные имеющиеся у него сведения.</p>
<p>Требования к сдаваемым материалам</p>	<p>Текстовые материалы на бумажных носителях предоставляются в брошюрованном виде на листах формата А 4 в 3 экз.</p> <p>Электронные версии текстовых и графических материалов проекта предоставляются на USB флэш-накопителе в 2 экз.</p> <p>Электронные версии текстовых материалов должны быть представлены в текстовом формате DOC/ DOCX/ RTF и/или табличном формате XLS/ XLSX.</p> <p>Графические материалы (карты-схемы) должны быть представлены в формате PDF/JPEG. Масштаб схем должен обеспечивать их наглядность и разборчивость представленной информации.</p> <p>Все материалы представляются на русском языке.</p>
<p>Приемка итоговых результатов НИР</p>	<p>После выполнения всех этапов НИР исполнитель передает Заказчику:</p> <p>1) стратегию в окончательном виде в форме отчета о выполнении НИР, оформленную в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» в 3 экз.;</p>

	<p>2) материалы по обоснованию Стратегии, включающие в себя статистическую и справочную информацию, аналитические расчеты, рейтинги, количественные и качественные характеристики отраслей, результаты анкетирования, мнения экспертов и другие материалы, использованные в работе, приводятся в Приложениях. Объем материалов по обоснованию стратегии, объем приложений не ограничивается;</p> <p>3) итоговый вариант отчёта (объёмом не более 100 стр.), включающий краткие итоги стратегического анализа, описание видения развития Шкотовского муниципального района, миссии, систему целей и приоритетов, перечень приоритетных проектов с кратким описанием, описание механизмов достижения целей, ключевые графические материалы) – 5 экз.;</p> <p>4) презентационную версию Стратегии (объём не более 100 слайдов) в электронном и печатном виде – 5 экз.;</p> <p>5) резюме Стратегии (объемом не более 20 листов) в электронном и печатном виде – 5 экз.;</p> <p>6) версию Стратегии в электронном формате для ее размещения на официальном сайте Шкотовского муниципального района Приморского края информационно-телекоммуникационная сеть Интернет;</p> <p>7) итоговый вариант плана мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района период с 2021 года до 2030 года (включительно) в электронном и печатном виде – 5 экз.;</p> <p>8) акт сдачи-приемки выполненных работ – в 2 экз. Работа считается выполненной со дня подписания акта сдачи-приемки выполненных работ. Акт сдачи-приемки выполненных работ подписывается после принятия Стратегии Думой Шкотовского муниципального района и утверждения плана мероприятий по ее реализации администрацией Шкотовского муниципального района.</p>
Срок и объем предоставления гарантии качества работы	<p>Срок гарантии качества работы: 12 (двенадцать) месяцев со дня подписания акта сдачи-приемки выполненных работ.</p> <p>Объем предоставления гарантий: исправлению подлежат все выявленные заказчиком недостатки в работе в течение гарантийного срока.</p> <p>В случае предъявления заказчиком требования о безвозмездном устранении недостатков выполненной работы они должны быть устранены исполнителем в течение 15 календарных дней со дня получения требования.</p>

\*Данный проект выполнен как часть муниципального контракта.

## 2.2. Комментарий к проекту

Заказчик проекта: Администрация Шкотовского муниципального района Приморского края.

Отраслевые и дисциплинарные сферы проекта: публичное управление, проектирование и управление социально-экономическими системами.

Проект выполнен в 2021 г. по заданию Администрации Шкотовского муниципального района Приморского края с целью актуализации положе-

ний, разработанной в 2010 г. стратегии развития района и синхронизации ее с национальными проектами и целями развития Российской Федерации до 2030 года. Результат проекта – это комплексный документ стратегического планирования, который содержит обоснованные предложения о задачах и значениях целевых индикаторов социально-экономического развития Шкотовского муниципального района до 2030 года, которые соответствуют положениям документов стратегического планирования Российской Федерации и Приморского края. Проект выполнен на основании муниципального контракта, в соответствии с которым Владивостокский государственный университет экономики и сервиса являлся исполнителем, а заказчиком Администрация Шкотовского муниципального района.

Стратегия развития Шкотовского района до 2030 года как публично-правового образования направлена на создание условий для формирования экономики нового уклада, основанного на инновационно-технологическом развитии, межмуниципальной производственной кооперации и интеграции в национальное и международное экономическое пространство. Территория района рассматривается, как развивающаяся социально-экономическая система, уникальная своим пространственным положением, природно-рекреационными ресурсами, культурно-историческим наследием. Проект предусматривал проведение поэлементного прогнозного расчета показателей развития подсистем Шкотовского муниципального района, которые включают:

- 1) пространственно-экономическую подсистему;
- 2) природно-рекреационную подсистему;
- 3) подсистему социальной инфраструктуры;
- 4) подсистему инженерной, энергетической и транспортной инфраструктуры;
- 5) инновационно-технологическую подсистему.

При формировании проектного задания принимались во внимание следующие проблемы, указанные заказчиком:

а) наличие дисбаланса интересов публично-правового образования Шкотовский муниципальный район и крупных инвесторов, что создает риски для устойчивого развития альтернативных проектов «зеленой» экономики, социорекреации и сервисов инфраструктуры гостеприимства;

б) сравнительно невысокий технологический уровень производственных процессов в некоторых сферах экономики района, что сдерживает рост производительности, ограничивает доходность и скорость генерации капитала, что снижает привлекательность для инвестирования в производственные активы.

Проектные технологии включали выборочный опрос жителей района с использованием электронных опросных форм Google для оценки видения населением перспектив развития района, что послужило основой для доказательной базы выбора приоритетов развития района. Оценка инвести-

ционного потенциала экономики Шкотовского муниципального района проведена с использованием метода анализа экономико-статистических данных о действующих и планируемых инвестиционных проектах, обобщенных в ходе разработки проекта стратегии Шкотовского района до 2030 года (рис. 2.1). Для целей анализа проекты сведены в четыре отраслевые группы:

- А – транспорт и логистика;
- В – социальная рекреация;
- С – сельское хозяйство;
- Д – промышленное производство.

Экспертные и дисциплинарные сферы проекта	Проектные технологии
Публичное управление, Проектирование социально-экономических систем Оценка регулирующего воздействия	In-field выборочные опросы, Экспертные сессии, Аналитическая обработка данных, Прогнозное планирование значений макроэкономических показателей
Цель проекта	Научно-практический результат проекта
Актуализация положений, разработанной в 2010 году стратегии развития района и синхронизация ее с положениями документов стратегического планирования Российской Федерации и Приморского края.	Разработан документ стратегического планирования, который содержит обоснованные предложения о задачах и значениях целевых индикаторов социально-экономического развития муниципального района до 2030 года

Рис. 2.1. Экспертные сферы проекта «Разработка Стратегии социально-экономического развития Шкотовского муниципального района на период с 2021 по 2030 год и Плана мероприятий по реализации разработанной Стратегии»

Для каждой группы проведена оценка рисков и выявлен потенциал роста рынка.

Проектные риски оценивались экспертным методом в соответствии со следующими характеристиками. Низкий уровень риска характеризуется отсутствием существенных колебаний ценовых и объемных параметров целевого рынка при планировании до 2030 года. Доходность и окупаемость капитала – выше среднеотраслевых показателей. Умеренный уровень риска характеризуется существенными колебаниями ценовых и объемных параметров целевого рынка, доходность и окупаемость капитала – ниже среднеотраслевых показателей. Критический уровень риска харак-

теризуется несформированностью целевого рынка, отсутствием организационно-правовых механизмов реализации проектов и неоправданно высокими инвестиционными издержками. Для целей анализа отобраны проекты, отвечающие рекомендациям Sustainable Development Goals 9, таким, как создание современной инфраструктуры, содействие инклюзивной и устойчивой индустриализации, стимулирование инноваций.

В соответствии с муниципальным контрактом проект выполнен в два этапа:

*1 этап – январь-август 2021 г.* Анализ экономико-статистических данных, прогнозное планирование значений целевых показателей социально-экономического развития, формирование пояснительных записок. Представление основных результатов проекта на совещании в администрации Шкотовского муниципального района.

*2 этап – сентябрь-октябрь 2021 г.* Учет замечаний и предложений по итогам совещания. Проведение процедур оценки регулирующего воздействия, общественных слушаний, представление результатов проекта на заседании Думы Шкотовского муниципального района.

Результаты проекта имеют прикладное значение. Разработан документ стратегического планирования, который содержит обоснованные предложения о задачах и значениях целевых индикаторов социально-экономического развития муниципального района до 2030 года. Органам местного самоуправления рекомендовано обеспечить наличие земельных участков категории brownfield, оказывать содействие в предоставлении преференциальных режимов, отвечающих запросу инвесторов, позаботиться о наличии квалифицированной рабочей силы, доступности ресурсной базы. Рекомендовано оказывать поддержку инициативам, направленным на сотрудничество Шкотовского района с крупными российскими финансовыми институтами, и создавать условия для кластерного взаимодействия.

Получение и верификацию данных, их структурирование в аналитические формы обеспечивали студенты 4 курса направления подготовки «Государственное и муниципальное управление». Студентами освоены навыки формирования и анализа больших массивов данных, интерпретации полученной информации, графического и документального оформления результатов исследования.



## Проект 3. ПРОЕКТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФГБОУ ВО «ВВГУ» С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

**С.И. Веролайнен**

канд. экон. наук, доцент

**Н.А. Карпова, Н.Г. Шереметьева**

магистранты направления ГМУ

*Владивостокский государственный университет*

*Владивосток. Россия*

### 3.1. а) Паспорт проекта «Учебно-тестовый модуль контроля знаний и повышения квалификации государственных гражданских служащих»

Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Описание проблемной ситуации (как есть)	Президент РФ, Правительство России постоянно повышают требования к эффективности и результативности деятельности государственных гражданских служащих (ГГС), разрабатывая и реализуя новые нормативно-правовые акты в их деятельность. Однако текущая работа не оставляет ни времени, ни возможности ГГС на самостоятельное изучение и освоение как НПА, регулирующих их текущую деятельность, так и требований к предметной области деятельности работников конкретных органов государственной власти и управления. В частности, в Управлении Федеральной службы по аккредитации (Росаккредитация) по Дальневосточному федеральному округу возникают проблемы, связанные с своевременным и глубоким освоением НПА, регулирующих вопросы ГГС и одновременно служба занимается целым рядом проблем контрольно-надзорной деятельности регулирования поднадзорных субъектов, таких как: лаборатории, исследовательские центры и прочее. Кроме того, все работники Управления постоянно находятся в командировках и не имеют возможности для повышения своей квалификации в необходимых для продуктивной работы областях знаний.
Цель проекта	Разработать учебно-тестовый модуль контроля знаний и повышения квалификации государственных гражданских служащих, позволяющий стимулировать изучение и закрепление полученных знаний как в области государственной гражданской службы, так и в предметных областях контрольно-надзорной деятельности Управления, и осуществлять контроль знаний поступающих на государственную гражданскую службу претендентов и работников Управления в установленные законом периоды аттестации.

Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Сроки реализации проекта	01.10.2019 – 01.06.2020
Планируемые результаты проекта	<p>Разработанный и переданный Управлению Росаккредитации в соответствии с актом о внедрении Учебно-тестовый модуль контроля знаний и повышения квалификации государственных гражданских служащих, включающий: тренажер, тестер и комплект вопросов, в количестве не менее 300, сформированных по направлениям деятельности государственной гражданской службы, реализованный как в стационарной, так и в облачной версии.</p> <p>На первом этапе октябрь-январь планируется: собрать и систематизировать НПА, устанавливающие требования к ГГС и регулирующие их деятельность, разработать банк вопросов в количестве 330, позволяющих установить необходимость и достаточность уровня знаний кандидатов, претендующих на замещение должностей ГГС, разработать модели и требования к инструментам оценки знаний ГГС. На втором этапе (январь-июнь) планируется привлечь студентов 3 курса в качестве предполагаемых ГГС для тестирования разработанного тренажера и по его результатам доработать тренажер до уровня тестового модуля, который будет предъявлен заказчику для апробации. Студенты 3-го курса к деятельности по представлению результатов первого периода в январе привлекаться не будут.</p>
Требования к результату	Учебно-тестовый модуль контроля знаний и повышения квалификации государственных гражданских служащих должен обеспечивать возможность его использования как в процессе стационарной работы по месту расположения Управления Росаккредитации, так и в полевых условиях в период проведения контрольно-надзорной деятельности работниками управления. При этом набор используемых в процессе обучения и контроля знаний вопросов должен обладать возможностями изменяться в соответствии с изменением НПА и предметной области.
Формат представления результатов, который подлежит оцениванию	Учебно-тестовый модуль контроля знаний и повышения квалификации государственных гражданских служащих должен продемонстрировать возможность его использования в следующих режимах: обучающий стационарный, обучающий дистанционный, контрольный стационарный, контрольный дистанционный.
Описание изменений в проблемной ситуации (как будет)	Потенциальные участники конкурсов на замещение вакантных должностей государственных гражданских служащих Управления Федеральной службы по аккредитации (Росаккредитация) по Дальневосточному федеральному округу смогут подготовиться к прохождению конкурса в дистанционном режиме и освоить как требования к ГГС, так и предметную область деятельности Управления, что позволит Управлению набрать наиболее достойных работников. Действующие работники Управления в период подготовки к прохождению конкурса или очередной аттестации смогут как в стационарных, так и в полевых условиях обновить набор знаний, умений и навыков, необходимых для дальнейшего прохождения государственной гражданской службы и повышения своей квалификации.

Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки	Сбор и освоение нормативно-правового материала в сфере государственного и муниципального управления и конкретных областей деятельности контрольно-надзорных органов. Изучение требований к прохождению конкурсного отбора и аттестации на государственной гражданской службе. Разработка алгоритмов построения тестов и опросов для выявления уровня знаний, умений и навыков респондентов. Освоение механизмов стимулирования повышения эффективности обучения.

**Паспорт 3.1. б) Паспорт проекта «Разработка интерактивных диалоговых эмуляторов процедур оценки соответствия аккредитованного лица критериям аккредитации»**

Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Описание проблемной ситуации (как есть)	Отсутствие инструментальных и программных средств автоматизации процедур аккредитации и подтверждения соответствия аккредитованных лиц в национальной системе аккредитации.
Цель проекта	Повышение эффективности деятельности Управления Федеральной службы по аккредитации по ДФО за счет автоматизации проведения процедур аккредитации и подтверждения соответствия при выполнении контрольно-надзорных и проверочных мероприятий и предварительной подготовки к ним.
Сроки реализации проекта	28.09.2020 – 07.06.2021
Планируемые результаты проекта	Разработка диалоговых интерактивных эмуляторов оценки соответствия заявителя, аккредитованного лица критериям аккредитации при проведении выездных и документарных проверках на основании рекомендуемых заказчиком административных и должностных регламентов.
Требования к результату	Диалоговый интерактивный эмулятор должен позволять виртуально воспроизвести всю процедуру аккредитации или оценки соответствия заявителя или аккредитованного лица без его участия, на основании имеющихся документов, или с его участием для оценки уровня его подготовленности и соответствия требованиям заявленной области аккредитации или регламентам.

Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Формат представления результатов, который подлежит оцениванию	Диалоговый интерактивный эмулятор представляется в форме программно-технических средств, обеспеченных руководством пользователя по настройке и адаптации под потребности заказчика и результатами проведенных полевых и лабораторных испытаний.
Описание изменений в проблемной ситуации (как будет)	Применение диалоговых интерактивных эмуляторов позволит обеспечить своевременную и качественную подготовку сотрудников заказчика к проведению контрольно-надзорных процедур и повышению эффективности взаимодействия с заявителями в период проведения оценки соответствия заявителя, аккредитованного лица критериям аккредитации или требованиям административных, или должностных регламентов.
Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки	Сбор и анализ данных; разработка алгоритмов реализации процедур проверки и контроля; дизайн проекта; разработка дорожных карт для НПА по вопросам аккредитации и контроля в национальной системе; формирование банков данных; работа с реестрами аккредитованных лиц; разработка цепочек формирования компетенций аккредитованных лиц.

### 3.2. Комментарий к проекту

Проектная деятельность ВВГУ имеет важное значение как для социально-экономической сферы Дальневосточного федерального округа, так и для университета.

С позиций хозяйствующих субъектов, органов государственного управления и местного самоуправления, заинтересованность в сотрудничестве с университетом обоснована тем, что сегодня проекты являются наиболее эффективным инструментом стратегического управления.

Государственные и муниципальные программы направлены на решение широкого спектра проблем, они охватывают обычно какую-либо отрасль или сферу в целом, например, поддержка сельского хозяйства, социальной сферы, молодых семей и пр. Однако в условиях ограниченных финансовых возможностей многие программы реализуются не в полной мере, а некоторые и вовсе приостанавливаются. По итогам 2021 года, как можно увидеть из диаграммы, представленной на рисунке 3.1, средний уровень исполнения государственных программ в России составляет 81 %, муниципальных – 70 %.

При этом, как мы видим, показатель имеет динамику снижения. Во многом это связано с развитием кризисных явлений в экономике. В тех сферах, где программы не реализуются в полном объеме, решением проблем становится проектная деятельность, основанная на частно-государственном партнерстве.

Преимущество проекта – его направленность на решение конкретной проблемы в установленные сроки и с определенными результатами, что позволяет адресно решать наиболее острые проблемы как отдельной территории, так и организации.

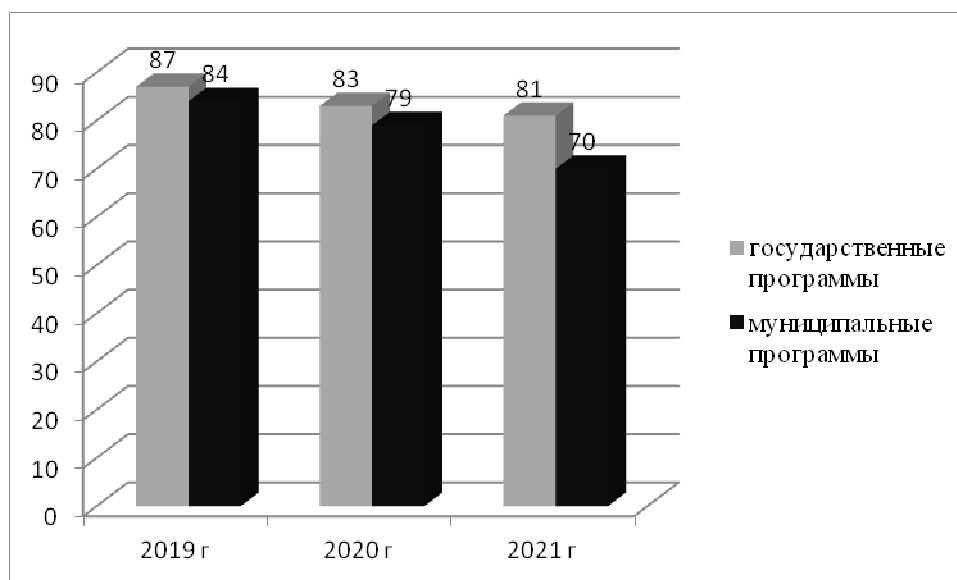


Рис. 3.1. Динамика среднего уровня исполнения государственных и муниципальных программ в России, %

Однако не всегда в штате государственных органов и органов местного самоуправления, либо подведомственных им организаций, есть специалисты, обладающие необходимыми навыками в сфере разработки и реализации проектов. В этом случае процесс разработки проекта передается сторонней организации. Однако специализированных компаний, осуществляющих разработку проектов для органов государственной власти и муниципального управления, крайне мало. В большинстве случаев эти разработки выполняют учреждения науки и высшего образования.

Для образовательной организации деятельность по разработке проектов является очень важным направлением для формирования компетенций и профессиональных навыков студентов, с учетом практической направленности образовательных программ ФГБОУ ВО «ВВГУ» и реализации практико-интегрированного обучения в формате разнонаправленных практик.

Реальность такова, что современный специалист, кроме знаний в выбранной им области, должен обладать рядом универсальных умений и навыков, к числу которых сегодня относится умение работать в команде, правильно понимать ключевые проблемы и находить нестандартные пути их решения, приобретать профессиональные компетенции и непрерывно совершенствоваться. Проектная деятельность, реализуемая в партнёрстве с реальными органами власти, в полной мере способствует формированию этих навыков и умений. Итогом совместной деятельности становится трудоустройство выпускников, имеющих опыт в проектной сфере, поэтому работа над проектами способствует не только подъему образовательной траектории, но будущему карьерному росту.

Именно этот подход был заложен в основу развития проектной деятельности, нормативно закреплённой в «Положении о проектной деятельности ВВГУ» [29].

Начальной стадией проекта выступает формирование проектной идеи, ориентированной на определенного заказчика. Непосредственно работа над проектом начинается с формирования паспорта проекта, который согласовывается с заказчиком. При выполнении внешних проектов с заказчиком заключается договор или же соглашение о выполнении проектных работ. Договор заключается в том случае, если разработка проекта осуществляется на возмездной основе. Оригиналы подписанных с заказчиками соглашений и договоров на выполнение работ/услуг поступают в Центр проектного обучения (ЦПО) для мониторинга и контроля [30].

Непосредственно в ходе работы над проектом осуществляется тесное взаимодействие с заказчиком в формате встреч, совещаний и обмена промежуточными результатами, что позволяет максимально ориентировать конечный результат под его запросы.

Планируемый объем работы распределяется между участниками проектной команды, еженедельно проводится обсуждение промежуточных результатов, при необходимости корректируются дальнейшие цели, задачи и планы. Результаты работы над проектом оформляются отчетом и сопровождаются публичной защитой и презентацией полученных результатов.

Работа над проектами требует от команды проработки большого количества информации, изучения сферы применения результатов, с учетом зарубежного и отечественного опыта решения аналогичных проблем.

Нередко разработка проектов в сфере государственного и муниципального управления включает в себя участие в разработке государственных и муниципальных целевых программ. Разработка инновационных проектов порой требует проработки проектов нормативно-правовых актов. Тщательная проработка нормативного сопровождения проекта выступает важным аспектом, так как в сфере ГМУ существуют пробелы, обусловленные опережением экономической и технологической облас-

тей. В качестве примера можно привести разработанный в ходе работы над проектом «Концепции развития экономики креативной сферы Приморского края», послуживший основой государственной стратегической программы «Киберателье и креативные индустрии Приморья» и проект закона Приморского края «О мерах государственной поддержки и развития отрасли креативной экономики в Приморском крае». Итоги проектов легли в основу научной публикации в журнале «Влияние сектора креативной индустрии на инновационное развитие экономики Приморского края» [16].

В эпоху всеобщей цифровизации и развития цифровой экономики в сфере государственного и муниципального управления стали популярны проекты по переводу в «цифру» отдельных государственных и муниципальных услуг. Примером развития этого направления являются проекты, заказчиком которых выступало Управление Федеральной службы по аккредитации (Росаккредитации) по Дальневосточному федеральному округу, в интересах которого студентами ФГБОУ ВО «ВВГУ» направления ГМУ, было реализовано несколько разных проектов.

Первый проект «Тренажер для подготовки к участию в конкурсе и прохождению аттестации государственных гражданских служащих» в рамках заключенного в 2018 г. соглашения был направлен на повышение эффективности проведения процедур отбора кандидатов на участие в конкурсах на замещение должностей государственной гражданской службы заказчика, аттестации государственных гражданских служащих и обучения поступивших на государственную гражданскую службу впервые [38].

На первом этапе в 2019 г. был разработан Учебно-тестовый модуль контроля знаний и повышения квалификации государственных гражданских служащих, основная идея которого заключалась в создании инструмента, позволяющего не только контролировать уровень знаний работников заказчика действующего законодательства в сфере таких базовых федеральных законов, как ФЗ-58 от 27.05.2003 № 58-ФЗ «О системе государственной службы Российской Федерации», ФЗ-79 от 27.07.2004 «О государственной гражданской службе Российской Федерации», ФЗ-273 от 25.12.2008 «О противодействии коррупции», но и одновременно обучаться на основании обратной связи, получаемой от программного-технического комплекса. Студентам удалось собрать и систематизировать в тренажере базу знаний, состоящую из 780 вопросов и заданий, которая прошла успешную апробацию в реальных условиях, результаты которой были использованы и для приема на работу, и для оценки знаний работников [Там же].

Вторая часть проекта, реализованная в 2020 г. состояла в наполнении базы знаний тренажера специальными вопросами и заданиями, посвященными профессиональной деятельности заказчика: реализацией ФЗ-412 от 28.12.2013 «Об аккредитации в национальной системе аккредитации», ФЗ-102 от 26.06.2008 «Об обеспечении единства измерений»,

что позволило работникам заказчика использовать тренажер не только для обучения и проверки общих и специальных знаний своих работников, но и для использования программно-технического комплекса в полевых условиях для контроля на базе 650 вопросов и заданий специальных знаний аккредитуемых и аккредитованных лиц, проводимого в процессе реализации своих полномочий.

Третий этап реализации проекта был направлен на разработку командой на основе накопленных баз данных интерактивных диалоговых тренажеров процедур оценки соответствия аккредитованных лиц критериям аккредитации.

Диалоговый тренажер – это симулятор сцен общения, позволяющий в интерактивном режиме осуществлять моделирование ситуаций, воспроизводя сцены и процедуры реального взаимодействия между аккредитованными лицами и представителями заказчика, как в полевых, так и в кабинетных условиях, что намного снижает временные затраты на обучение персонала заказчика и отвечает современным требованиям цифровой трансформации национальной системы аккредитации и обеспечения перехода на взаимодействие с участниками национальной системы аккредитации посредством электронного документооборота с применением цифровой подписи, занесения данных в реестры посредством веб-форм и xml-загрузок, а также реализации автоматического анализа загружаемых файлов протоколов с применением технологий искусственного интеллекта.

В результате долговременного сотрудничества между командой проекта и руководством ТУ Росаккредитации один из активных членов команды был приглашен на работу в Управление Федеральной службы по аккредитации по Дальневосточному федеральному округу, где участвует в реализации проекта «Конфигуратор областей аккредитации» по модернизации ФГИС Росаккредитации, связанного с цифровизацией оказания государственных услуг и обеспечением перехода заявителей и аккредитованных лиц на использование специального программного модуля, позволяющего сформировать область аккредитации в структурированном электронном виде [22].

Ещё одним важным проектом, который отражает переустройство проекта в изменившихся условиях, является работа с Управлением федерального Казначейства по Приморскому краю. В рамках проекта разрабатывался учебный экспресс-курс для одаренных школьников на базе ВДЦ «Океан». Студентами проектной группы планировалось разработать лекционные занятия, деловые игры и методические рекомендации по проведению курсов с целью повышения уровня финансовой грамотности школьников. На всём этапе проектного процесса студенты выезжали на место проведения работ, поддерживали связь с представителем заказчика для полного понимания его видения данного проекта.



К сожалению, Контрольная точка 2 данного проекта совпала с временным карантинном в 2020 г., и проект был реализован не на базе ВДЦ «Океан», а посредством интернет-технологий онлайн, все также для школьников, планировавших направиться в детский центр. Именно по этой причине дополнительно были разработаны Методические рекомендации по проведению онлайн-курсов.

Это лишь один из многих примеров результативности проектной деятельности студентов ФГБОУ ВО «ВВГУ» направления ГМУ: за период с 2019 по 2021 г. студенты направления ГМУ разработали более 84 различных проектов. Все эти проекты получили положительные отзывы заказчиков, что наглядно отражает информация, представленная на сайте ВВГУ в разделе «Проектная деятельность» [31].

Заказчики отмечают грамотную и эффективную организацию проектной деятельности, и то, что проекты имеют высокую эффективность и решают поставленные задачи в установленные сроки.

Для повышения активности студентов направления ГМУ, как основных исполнителей проектов, необходимо стимулировать их интерес через создание интегратора совместных межкафедральных проектов посредством объединения усилий Центра проектного обучения и Управления делового сотрудничества и бизнес-партнерства в целях:

- поиска партнеров для реализации проектов в сфере государственного и муниципального управления;
- направления студентов на период прохождения практико-интегрированного обучения и практик к потенциальным партнерам с последующим заключением соглашений и договоров на реализацию проектов;
- совершенствования инструмента ярмарки проектов;
- повышения эффективности нормативного обеспечения проектной деятельности университета.

На данный момент проектную деятельность вуза регламентирует только Положение о проектной деятельности и Положение о Проектном центре.

Для совершенствования нормативного обеспечения проектной деятельности необходимо конкретизировать роли участников проектной деятельности и повысить роль студентов, большинство из которых пока проявляют крайнюю пассивность. Кроме того, важно объединить будущие выпускные квалификационные работы в совместные проекты уже на этапе обучения на втором-третьем курсе, для чего закреплять темы проектных исследований необходимо задолго до начала производственной преддипломной практики.

Например, в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» (далее – НИУ «ВШЭ») проектная деятельность вуза отражена в следующей системе документов [25]:

- Правила организации проектной деятельности;

– Положение о проектной, научно-исследовательской деятельности и практиках студентов НИУ «ВШЭ»;

– Образовательный стандарт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования.

Только в 2021 г., было разработано Положение о практической подготовке студентов основных образовательных программ высшего образования, в котором закреплён весь алгоритм действий студента и все необходимые шаблоны в соответствии со стандартами проектной деятельности университета [28].

Опыт оплачиваемых заказчиком стажировок студентов на время реализации проектов на базе организации появился лишь в конце 2021 г., когда проектный офис Правительства Приморского края запустил данную инициативу в пробном формате, чтобы реализовать ряд социальных и технических проектов и в последующем привлечь выпускников ФГБОУ ВО «ВВГУ» на государственную службу. Подобная инициатива оказалась успешной и в феврале 2022 г. к ней присоединилось ещё 17 органов исполнительной власти [21].

Последний, но немаловажный шаг к повышению эффективности и отдаче студентов и тем самым результатов проектов – это предоставление льгот при поступлении на следующую ступень образования для наиболее отличившихся по итогам защиты проектов. По итогам защиты проекта в вузе сейчас студент получает лишь баллы аттестации по дисциплине. Однако наиболее активные студенты вуза вовлечены в проекты и вне реализации требований образовательной программы. В обоих случаях на студента не распространяются никакие другие мотивирующие факторы. Так как защита проектов происходит посредством публичной защиты перед комиссией экспертов, стоит рассмотреть возможность реализации наилучших проектов как выпускных квалификационных работ с последующими преференциями для продолжения образования во ФГБОУ ВО «ВВГУ».

Инструментом развития проектной деятельности в университете может стать ярмарка проектов, реализованная в формате взаимодействия вуза, бизнес-партнеров и студентов, начиная с этапа инициации проекта и заканчивая его передачей заказчику. Такую концепцию регулирования отношений, где студент самостоятельно определяет свое участие в том или ином проекте из открытого перечня существующих идей, можно порекомендовать для развития проектной деятельности в ФГБОУ ВО «ВВГУ». К тому же открытый перечень проектов и их руководителей позволяет в полной мере реализовать идею межкафедрального и межведомственного взаимодействия, когда студенты различных направлений и другие заинтересованные лица могут реализовать более технически сложный в исполнении проект за счет синергии знаний, умений и навыков.

## Проект 4. ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ЗАЯВКЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

**Ю.В. Разумова**

д-р экон. наук, доцент, заместитель проректора по академической политике

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

### 4.1. Паспорт проекта «Исследование бренда IT-компании как работодателя»

Сведения о проекте	
Тип проекта	Исследовательский, Продуктовый проект (прикладной)
Описание проблемной ситуации (как есть)	Компания-заказчик заинтересована в оценке отношения потенциальных соискателей места работы к компании, как работодателю. В частности, что соискатели знают о компании, какие есть вакансии, где можно ознакомиться с вакансиями, осведомлены ли респонденты о проектах компании. Проблема: отсутствие консолидированной информации об отношении потенциальных соискателей (людей, желающих найти работу) к компании. (Не как об информационном агрегаторе и таргет-плейсе)
Цель проекта	Провести социологический опрос, обработать результаты опроса, представить выводы.
Сроки реализации проекта	01.10.2020 – 18.01.2021 г.
Планируемые результаты проекта	1. Анкета – перечень вопросов, согласованный с заказчиком, размещена на ресурсе Google, распространена через социальные сети и личные контакты. 2. Результаты анкетирования в таблицах Microsoft Excel. 3. Результаты анкетирования, представленные в презентации Power Point.
Требования к результату	Результат должен отражать ответы на вопросы, согласованные с заказчиком, охватывать согласованный объём репрезентативной выборки респондентов по критериям заказчика (по гендерному, возрастному признакам, роду занятий, месту проживания). Должен быть визуализирован в таблицах и графиках с использованием Power Point.

Сведения о проекте	
Тип проекта	Исследовательский, Продуктовый проект (прикладной)
Формат представления результатов, который подлежит оцениванию	Анкета. Презентации хода реализации проекта и содержания полученных результатов. Таблицы в табличном редакторе Microsoft Excel. Аналитические тексты в презентации.
Описание изменений в проблемной ситуации (как будет)	Сотрудники кадрового отдела компании получают информацию по результатам социологического исследования, которая позволит оценить отношение потенциальных соискателей вакансии к компании как к работодателю и использовать результаты исследования для принятия управленческих решений.
Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поиск методических материалов, учебной информации о проведении социологических исследований.</li> <li>2. Поиск методик обработки данных.</li> <li>3. Распространение анкет в социальных сетях, пабликах, через личные контакты.</li> <li>4. Обработка цифровых данных в таблицах Microsoft Excel.</li> <li>5. Подготовка текстовых описаний (аналитических записок, консолидированного отчета).</li> <li>6. Подготовка презентации в Power Point.</li> </ol>

#### 4.2. Комментарий к проекту

Предварительным этапом появления заявки на проект является встреча с представителями компании на уровне одного из подразделений университета «Управление делового сотрудничества и бизнес-партнёрства» и HR-отдела компании. Как правило, компании проявляют интерес к студентам выпускных курсов, обозначая острую нехватку молодых перспективных кадров (проблема кадрового голода на Дальнем Востоке). Однако учебные планы по направлениям подготовки выстроены так, что на четвертом курсе бакалавриата студенты уходят на практики и почти восемь месяцев проводят в компаниях, которые они выбирают для дальнейшего трудоустройства, или определяют с выбором. Поэтому выпускники рассматриваются университетом как потенциально трудоустроенные студенты. Таким образом, в пределах интересов HR-служб деловых партнёров остаются студенты второго и третьего курсов, на которых и реализуется дисциплина «Проектная деятельность». Именно на эту возможность – использовать ресурс университета в виде студентов и квалифицированных преподавателей для

целей деятельности организации обращают внимание представители Центра проектного обучения, как правило, присутствующие на встречах. Тригерами для размещения заявки на проект для компаний являются: использование ресурсов университета, отсутствие необходимых компетенций у сотрудников компаний (провести масштабную исследовательскую, аналитическую работу, разработать стратегию и т.д.), отсутствие свободного времени на реализацию задач, нехватка кадров. По мере достижения договорённости на реализацию проекта представители компаний обозначают проблемную область. В проекте, о котором пойдёт речь, в качестве проблемной области было обозначено – недостаточная информированность компании о том, как к ней относятся жители города и края как к работодателю. В паспорте проекта согласованы пункты в следующей интерпретации (п. 4.1).

Требования, которые предъявлялись к студентам при наборе в проект: опыт общения в соцсетях, опыт работы с аналитическими таблицами Microsoft Excel, опыт работы в Power Point, опыт работы в Google формах и иных ресурсах для проведения электронного анкетирования, опыт работы в команде, креативность, интерес к проекту. На проект зарегистрировались студенты третьего курса направления подготовки – 38.03.01 Экономика.

Заказчиком является компания, осуществляющая деятельность в области IT сектора, являющаяся электронным агрегатором и участником хозяйственных отношений между покупателями и продавцами, заказчиками и подрядчиками – деловыми партнёрами в области B2B и B2C секторов, деловой партнёр для более чем 5000 торговых точек региона.

В ситуации с данным проектом заказчик чётко понимал свой запрос. Поэтому проблема изначально была конкретно сформулирована: отсутствие консолидированной информации об отношении потенциальных соискателей (людей, желающих найти работу) о компании как о работодателе. Цель проекта: провести социологический опрос для оценки бренда компании как работодателя. Задачи, поставленные командой в проекте: подготовить вопросы анкеты, позволяющие выявить запрос заказчика; разместить вопросы на электронной платформе, согласованной с заказчиком; распространить анкету через социальные сети; обработать и сгруппировать результаты опроса в таблицах Microsoft Excel; оформить результаты в презентации Power Point; передать заказчику. Структурная декомпозиция работ охватывает все виды деятельности по проекту (рис. 4.1).

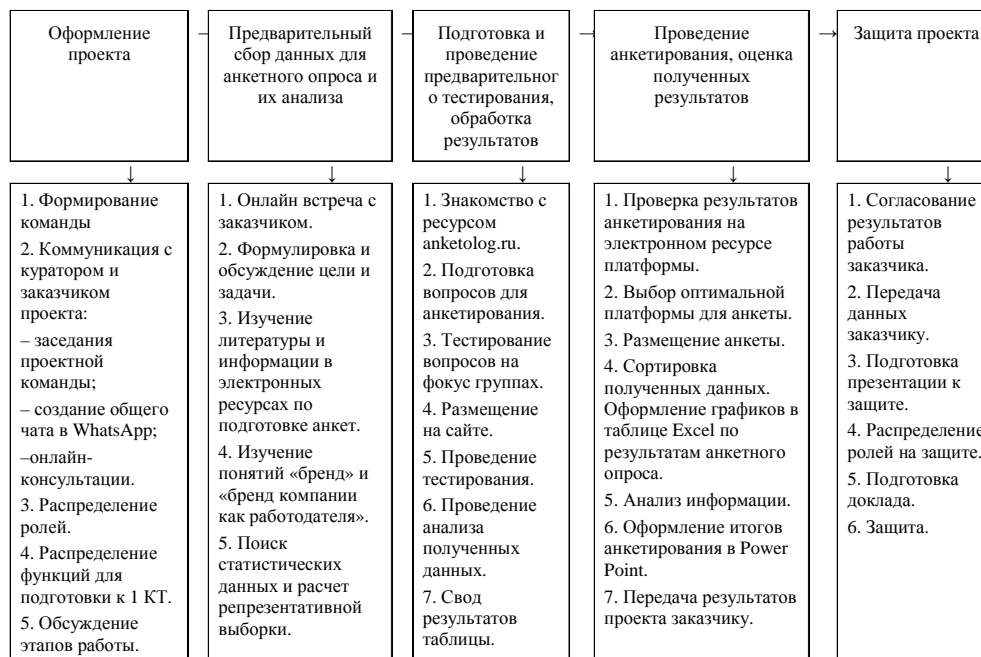


Рис. 4.1. Структурная декомпозиция работ по проекту «Исследование бренда IT-компании как работодателя»

В качестве стейкхолдеров, которые имеют наименьшую заинтересованность в реализации проекта и наибольшее влияние на результаты проекта, определены – сотрудники компаний-партнёров ВВГУ, жители Приморского края, соискатели рабочего места в области IT-технологий, продаж, менеджмента. Их наибольшее влияние определяется желанием или его отсутствием ответить на вопросы предложенной анкеты.

Несмотря на ясное понимание проблемы проекта, у заказчика не было примерного перечня вопросов для анкеты. Также не было понимания, в каком контексте можно было бы представить вопросы анкеты, и направление, в котором необходимо проводить данное исследование. Поэтому командой принято решение провести поиск информации относительно бренда компании как работодателя. Исследовательский вопрос звучал так: какие элементы восприятия бренда компании как работодателя могут найти отражение в анкетном опросе? В итоге к рассмотрению приняты следующие элементы: четкое и привлекательное предложение соискателям рабочего места; преимущества компании, отличительные особенности, причины доверять; цель, ценности, индивидуальность и культура компании; конкретные и отличные от других методы работы с людьми; выгоды работы в компании, их отличия от других. Также для выявления характеристик компании, существенных для соискателя рабочего места проведено исследование в фокус-группах, где в качестве важных характеристик выделены: удобное расположение (возле дома или же недалеко

от него), заработная плата (размер и регулярность выплаты), условия труда, возможность гибкого графика работы, приятная атмосфера и коллектив, выполнение именно своих обязанностей, а не «чужих», оплачиваемые переработки. Кроме того, участники команды нашли результаты ежегодного исследования бренда работодателя Randstad и Mike Pritula Label [13]. По итогам глобального опроса – более чем 200 тыс. человек трудоспособного возраста в 32 странах мира – выделены 10 главных причин выбора работодателя: привлекательная заработная плата и льготы, баланс между работой и личной жизнью, гарантия занятости, приятная рабочая атмосфера, карьерный рост, финансовое благополучие, гибкие условия, место расположения, хорошее обучение, сильное руководство. При участии заказчика обсудили и утвердили для анкеты 15 вопросов. Первая часть нацелена на уточнение социальных характеристик респондентов, вторая часть – на осведомление респондентов о компании как работодателя и о приоритетах соискателей при поиске работы, третья часть, по запросу заказчика, предназначалась для целевой аудиторией потенциальных соискателей в области IT-технологий. Этапы работы над анкетой сводились к следующим (рис. 4.2).

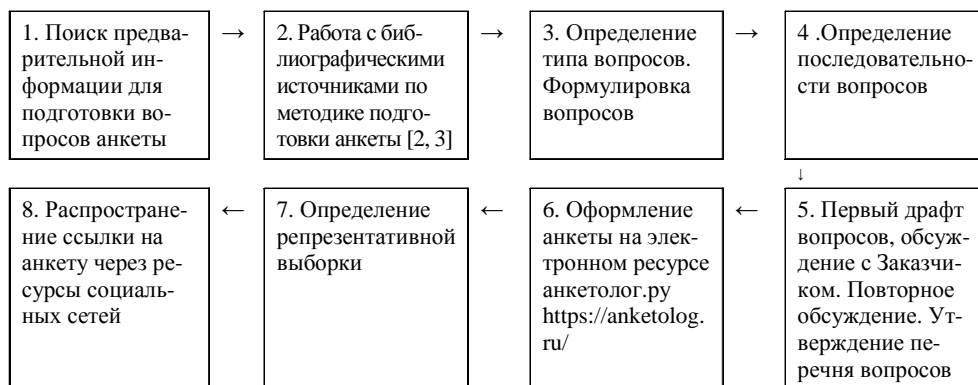


Рис. 4.2. Этапы работы над анкетой

Для расчёта репрезентативной выборки использовали онлайн калькулятор [35]. Источником данных по статистике населения в трудоспособном возрасте (от 20 до 40 лет, по запросу заказчика) является сайт Приморской государственной статистики [10] (табл. 4.1).

Таблица 4.1

#### Данные для расчёта необходимого объёма выборки

Показатели	По Приморскому краю	По городу Владивостоку
Статистика трудоспособного населения (от 20–40 лет), человек	583 470	181 200
Необходимый объем выборки	384	384

Для размещения анкеты выбрана платформа Анкетолог.ру в связи с доступным лимитом до 600 бесплатных ответов на вопросы анкеты. В качестве мессенджеров для распространения ссылок на анкету выбраны WhatsApp, Instagram, ВКонтакте и ресурс компании заказчика. По договорённости, участники команды должны были распространять ссылку на анкету с согласованным скриптом предложения пройти анкету. В соответствии с графиком реализации проекта на проведение анкетного опроса отводилось 14 дней. За это время удалось собрать 389 ответов, что соответствует необходимому объёму выборки. Распределение ответов респондентов по ресурсам распространения приглашений пройти анкету отражено в табл. 4.2. Более высокие результаты получили по социальной сети ВКонтакте.

Таблица 4.2

#### Статистика количества ответов по электронным ресурсам

Наименование электронного ресурса	Количество ответов
Ресурс заказчика Р	54
Ресурс заказчика	74
Instagram	19
В контакте	175
WhatsApp	67

Отметим отдельные результаты ответов респондентов. Большинство людей (45 %), которые приняли участие в опросе, находятся в возрасте от 17 до 25 лет. В репрезентативной выборке представлены все возрастные группы. Тот факт, что возрастная группа старше 45 представлена минимальным 0–9 %, объясняется тем, что респонденты этой группы в меньшей степени находятся в поиске работы.

Большая часть респондентов на момент прохождения анкеты не искала работу, отдельные – рассматривали предложения. В качестве важности фактора при выборе работодателя 72 % выделили «Привлекательная заработная плата и премии», 55 % – «Возможность профессионального роста», 46 % заинтересованы в официальном трудоустройстве. Также респонденты выделяли такие факторы, как «Интересная работа» – 53 %, «Компетентные и современные руководители», «Удобное месторасположение». Только 34 % опрошенных выделили «бренд работодателя» и «инновационность». Ряд вопросов об узнаваемости компании-заказчика показал следующие результаты. Больше 50 % респондентов ничего не знают о компании как работодателе. 35 % респондентов знают, какие есть вакансии, так как на сайте компании предлагается много вакансий. 24 %



респондентов знают о расположении офисов, так как на сайте есть контактная информация. Также 20 % респондентов знают уровень зарплат и осведомлены об условиях труда. Основная масса опрошенных (42 %) положительно относятся к компании как работодателю и готовы рассматривать для себя свободные вакансии в данной компании. Более 35 % опрошенных считают, что в компании интересно работать (разнообразные задачи), 35 % считают, что в данной компании гибкий график и отсутствуют переработки, 34 % отметили официальное трудоустройство, 23 % – хорошие условия труда. Полис добровольного медицинского страхования остался недостаточно востребованным респондентами. Исходя из ответов на вопрос «Какие вакансии компании могут Вас заинтересовать?», можно сделать вывод, что самые востребованные вакансии среди опрошенных это: менеджер по работе с клиентами (около 22 %), менеджер по персоналу (22 %), менеджер по продаже услуг (16 %), системный администратор (15 %). Менее востребованные – курьер, менеджер по развитию IT-продуктов, бухгалтер, модератор. Вопрос об осведомлённости о размерах компании позволил выяснить, каковы масштабы заказчика в сознании потенциальных соискателей рабочего места. Здесь основная масса опрошенных (38 %) предполагает, что это средняя по величине компания, 29 % считают, что она крупная, 9 % – что малая и 24 % опрошенных затрудняются ответить на этот вопрос. Таким образом, 67 % респондентов ассоциируют компанию с большим игроком на региональном рынке. Лояльность респондентов компании позволил уточнить вопрос о возможности рекомендации компании родственникам и знакомым. 55 % ответов «затрудняюсь ответить», 38 % ответов «да», 7 % ответов «нет». По мнению команды студентов, респонденты могли затрудниться с ответами в случае, если они не имеют привычки давать советы. Или же сложно говорить о советах «в отрыве» от реальных вакансий и возможностей их занять. По результатам ответов выяснилось, что компания-заказчик является одним из лидеров среди всех интернет-ресурсов по поиску работы в регионе.

Проектная команда по просьбе заказчика обработала и описала результаты ответов по группе респондентов в возрасте от 17 до 45 лет, так как именно в этом возрасте соискатели в большей степени находятся в поиске работы. А также представили детальное описание ответов по целевой аудитории «респонденты, имеющие квалификацию в IT-сфере».

Заказчик обозначил необходимость сопоставления полученных результатов обработки анкеты с данными глобального исследования Randstad и Mike Pritula Label. «Привлекательная заработная плата» для респондентов г. Владивостока является более значимым фактором выбора работодателя в сравнении с данными международного исследования (расхождение на 23%. 82 % против 59%). Тем не менее, и в настоящем, и в международном исследовании эта причина занимает верхнюю строчку. Региональные респонденты

более амбициозны. Возможности профессионального роста в качестве одной из значимых причин выделили 66 % респондентов, против 37 % в глобальном исследовании. Значимым фактором также явился «Компетентные и современные руководители». За него отдали свои голоса 62 % опрошенных против 28 % в глобальном исследовании. Если можно соотнести такие причины, как «Официальное трудоустройство» и «Гарантия занятости», то вновь региональное исследование показывает бóльшую значимость этого фактора: 52 % в региональном исследовании против 45 % – в глобальном. «Хорошие условия труда» отметили 52 % респондентов. В глобальном исследовании этой причине отдали предпочтение 44 % (приятная рабочая атмосфера). Место расположения работы у жителей г. Владивостока и Приморского края так же превалирует в сравнении с итогами глобального опроса (51 % против 29 %). Надо отметить, что единственный параметр приблизительно сошёлся по значениям с данными глобального исследования – «Баланс между работой и личной жизнью». По версии глобального исследования, респонденты отметили его в 46 % случаев. Аналогичный фактор настоящего исследования – «Отсутствие переработок, гибкий график» набрал 49 % голосов. Несмотря на то, что в региональном исследовании эта причина находится на восьмом месте рейтинга, она не менее важна для респондентов, что и во всём мире, где она находится на втором месте рейтинга.

«Хорошее обучение» (29 %) в глобальном исследовании и «Инновационность компании» (43 %) – в региональном. Такой разброс ответов, почти в два раза, вновь свидетельствует о более амбициозных настроениях местных респондентов трудоспособного возраста. Отдавая предпочтение такому фактору, как «Инновационность компании» каждый отвечающий, наверняка, отдавал себе отчёт в том, что технологичная, инновационно развивающаяся компания предполагает регулярное повышение квалификации.

«Бренд работодателя», «Корпоративная культура», «Полис добровольного медицинского страхования» оказались в аутсайдерах причин выбора работодателя. Это очевидно. Невозможно заинтересовать соискателя рабочего места только значимым брендом и уникальной корпоративной культурой на условиях низкой оплаты труда. Ситуация с полисом добровольного страхования, возможно, объясняется преимущественно молодой аудиторией респондентов, для которой, как правило, вопросы, связанные с медицинским обслуживанием, не являются актуальными.

Возвращаясь к организации работы над проектом, следует отметить, что проектная команда провела большой объём работы. Проект классифицирован как прикладной исследовательский. Учитывая широкий спектр ограничений, связанных с пандемией коронавируса, многие задачи команда реализовывала удалённо. В частности, встречи с заказчиком проходили в онлайн-формате на платформе Google meet. В качестве проектного инструментария команда использовала структурную декомпози-

цию работ, диаграмму Ганта, матрицу стейкхолдеров, для постановки и контроля исполнения задач – Trello, матрицу ответственности и карту рисков. Кроме электронных ресурсов, описанных выше, в проекте использовались Microsoft Excel как агрегатор результатов анкетного опроса и для аналитики, построения графиков; Google forms – для подготовки презентаций с доступом для каждого участника проекта; PowerPoint для сохранения и передачи презентаций Заказчику.

Результаты работы над проектом, заявленные на второй контрольной точке (она является заключительной в работе проектной команды и аттестационной по дисциплине «Проектная деятельность» для студентов) заявлены и реально получены:

- анкета – перечень вопросов, согласованный с заказчиком размещена на электронном ресурсе Anketolog.ru, распространена через социальные сети и личные контакты;
- результаты анкетирования в таблицах Microsoft Excel переданы заказчику;
- презентация из 84 слайдов с обработкой ответов на вопросы анкеты (графики, аналитические описания, выводы).

По итогам передачи результатов проекта в двустороннем порядке подписан акт об оказании услуг (является приложением к Соглашению о взаимодействии по реализации проекта), получен и представлен на контрольной точке положительный отзыв представителя заказчика.

Команда проекта выделила такие образовательные результаты, как: навыки коммуникабельности и организационных встреч в онлайн; навыки работы в команде и с ресурсами работы в PowerPoint, Google forms, Excel, Trello; навык работы с anketolog.ru; навык анализировать информацию и предполагать риски, связанные с проектом; навыки работы с проектным инструментарием.

Представленный параграф позволил обобщить опыт реализации прикладного социологического исследования в рамках проектной деятельности студентов. Дано описание организации проектной деятельности, хода реализации исследования в риторике проектного обучения, а также результаты проведённого исследования и результаты реализации проекта. Данный опыт может быть использован в реализации практической подготовки студентов, если проектное обучение в университете не организовано, в реализации комплексных выпускных квалификационных работ, как один из вариантов проведения практических занятий по соответствующим дисциплинам. Учитывая тот факт, что аналогичная работа консалтинговых и маркетинговых агентств на региональном рынке оценивается в диапазоне от 80 000 до 160 000 руб., реализация таких проектов может стать одним из источников финансирования деятельности университета за счёт НИР. Безусловно, здесь необходим дисконт за более продолжительные сроки реализации.

# Проект 5. РАЗРАБОТКА ПРОТОТИПА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ПРОДАЖИ ДЕТСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ С ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ ОПИСАНИЕМ ИНТЕРФЕЙСА

**Н.Н. Масюк**

д-р экон. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

## 5.1. Паспорт проекта

1. Общие сведения	
Наименование проекта	Разработка прототипа интернет-магазина для продажи дополнительных образовательных программ для детей
Заказчик	ИП Красько Елена Сергеевна
Руководитель проекта (ФИО, место работы, должность, контактные данные)	Масюк Наталья Николаевна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления. Масюк Н.Н. имеет большой опыт работы в образовании, а также опыт практической работы на предприятиях реального бизнеса. В период 1990–2010 гг. была владельцем и руководителем частного бизнеса в сфере производства и продаж, а также в сфере услуг. Имеет опыт руководства проектами, в том числе международными. В период 2011–2014гг. была руководителем проекта по созданию Международной школы гостиничного менеджмента, реализованного ВВГУ совместно с Тихоокеанской школой гостиничного менеджмента (Новая Зеландия). Имеет опыт работы в образовательных проектах за рубежом (США, Новая Зеландия). Хорошо владеет английским языком и навыками дистанционного преподавания. В сферу ее научных и практических интересов входят в числе прочих вопросы цифровых трансформаций и использование цифровых технологий в реальном бизнесе.
2. Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Описание проблемной ситуации (как есть)	Развитие интернет-продаж обусловлено неизбежным внедрением цифровых технологий во все сферы деятельности. Продажа товаров является более распространенным действием, чем продажа услуг. Несмотря на это в сфере услуг дополнительного образования также возникают потребности в поиске клиентов и реализации своих коммерческих предложений. С одной стороны, на рынке существует достаточно большое количество образовательных программ для детей, с другой стороны, – все они разрозненны и находятся на разных ресурсах. Разрешить возникшее противоречие возможно через онлайн продажи образовательных программ.

Цель проекта	<p>Разработка к 10.01.2020 г. прототипа Интернет-магазина продажи детских образовательных программ с функциональным описанием интерфейса, который будет включать:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) техническое задание на разработку;</li> <li>2) обоснование выбора цифровой платформы;</li> <li>3) создание дизайн-макета;</li> <li>4) описание контента;</li> <li>5) аудит предложения образовательных программ для детей на рынке Владивостока;</li> <li>6) аудит предложение детских образовательных программ онлайн;</li> <li>7) заполнение шаблона сайта контентом</li> </ol>
Сроки реализации проекта	01.10.2019–10.01.2020
Планируемые результаты проекта	Прототип интернет-магазина продажи детских образовательных программ с функциональным описанием интерфейса
Требования к результату	В качестве результата необходимо продемонстрировать интерфейс Интернет-магазина с контентом и возможными опциями
Формат представления результатов, который подлежит оцениванию	Результаты проекта представляются в виде скрин-шотов с подробным функциональным описанием каждого этапа создания прототипа Интернет-магазина и демонстрируются в виде презентации
Описание изменений в проблемной ситуации (как будет)	<p>Предполагается, что после создания прототипа Интернет-магазина на втором этапе появится возможность создать реальный (действующий) интернет-магазин, в результате чего потенциальные потребители получат электронную площадку, позволяющую видеть объективную широкую линейку предложений на рынке детского дополнительного образования г. Владивостока, оценивать и приобретать соответствующей их потребностям программы.</p> <p>Продавцы и авторы дополнительных детских образовательных программ будут иметь возможность онлайн-презентаций с представлением коротких видео- и демоверсий</p> <p>У владельцев Интернет-магазина появляется возможность создания банка потенциальных клиентов.</p>
Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Все участники проектной группы должны владеть следующими компетенциями: <ul style="list-style-type: none"> <li>– владеть навыками работы в команде;</li> <li>– владеть навыками аналитической работы;</li> <li>– владеть навыками поиска информации в Интернете, библиотечных фондах и др.</li> </ul> </li> <li>2. Координатор должен проявлять качества лидера и быть способен организовать работу коллектива.</li> </ol>

	3. При формировании команды преимущество имеют студенты, владеющие любыми из перечисленных компетенций: – знание основ анализа информации; – навыки купли-продажи в Интернете; – подготовка технического задания для разработки проекта.
Роли студентов в проекте	Координатор – 1 Технолог – 1 Аналитик – 5
Количество вакантных мест на проекте (по курсам): 2 курс	2 курс – 7 человек
Студенты каких ОП могут участвовать в проекте	38.04.01 Экономика 38.04.02 Менеджмент
Критерии отбора студентов в проект	Собеседование
Бюджет проекта	Бюджет проекта будет зависеть от выбора цифровой платформы и ее обслуживания (\$120 в год при использовании цифровой платформы WIX).
Необходимое оборудование и материалы	На первом этапе не предполагается

## 5.2. Комментарий к проекту

Развитие Интернет-продаж обусловлено неизбежным внедрением цифровых технологий во все сферы деятельности. Продажа товаров является более распространенным действием, чем продажа услуг. Несмотря на это, в сфере услуг дополнительного образования также возникают потребности в поиске клиентов и реализации своих коммерческих предложений. С одной стороны, на рынке существует достаточно большое количество образовательных программ для детей, с другой стороны, – все они разрозненны и находятся на разных ресурсах. Разрешить возникшее противоречие возможно через онлайн-продажи образовательных программ.

Данный проект направлен на решение проблемы повышения доступности образовательных услуг для детей г. Владивостока. Структура работ по созданию Интернет-магазина показана на рис. 5.1.



Рис. 5.1 Структура работ по созданию Интернет-магазина

Проблема состоит в разрозненности поставщиков детских образовательных программ и отсутствии единой онлайн-платформы для потребительского выбора.

*Цель проекта:* Разработка прототипа Интернет-магазина продажи детских образовательных программ с функциональным описанием интерфейса.

*Задачи проекта:*

- техническое задание на разработку;
- обоснование выбора цифровой платформы;
- создание дизайн-макета;
- описание контента;
- аудит предложения образовательных программ для детей на рынке Владивостока;
- аудит онлайн-предложения детских образовательных программ;
- заполнение шаблона сайта контентом и завершение функционального описания интерфейса.

*Основные работы по проекту.*

1. Разработка общей концепции сайта Интернет-магазина.
2. Составление технического задания на разработку проекта.
3. Обоснование выбора цифровой платформы.
4. Разработка структуры сайта.
5. Описание контента сайта.

6. Аудит предложения образовательных программ на рынке Владивостока (кабинетное исследование).

7. Исследование потребительских предпочтений (полевое исследование – проведение анкетирования учащихся 7–10 классов с целью выявления наиболее востребованных программ).

8. Аудит предложения детских образовательных программ – онлайн-курсы (кабинетное исследование).

9. Изменение концепции сайта.

10. Создание дизайн-макета сайта.

11. Заполнение шаблона сайта контентом, выбор трех наиболее популярных программ для детей.

*Проектный инструментарий, использованный в работе*

1. Подбор команды проекта.

2. Распределение ролей в проекте.

3. Распределение работ по проекту.

4. Составление календарного плана и иерархии работ по проекту.

5. Построение диаграммы Ганта (рис. 5.2).

6. Матричное планирование.

7. Выявление основных стейкхолдеров проекта (рис. 5.3).

8. Использование инструментария онлайн-коммуникаций с руководителем проекта.

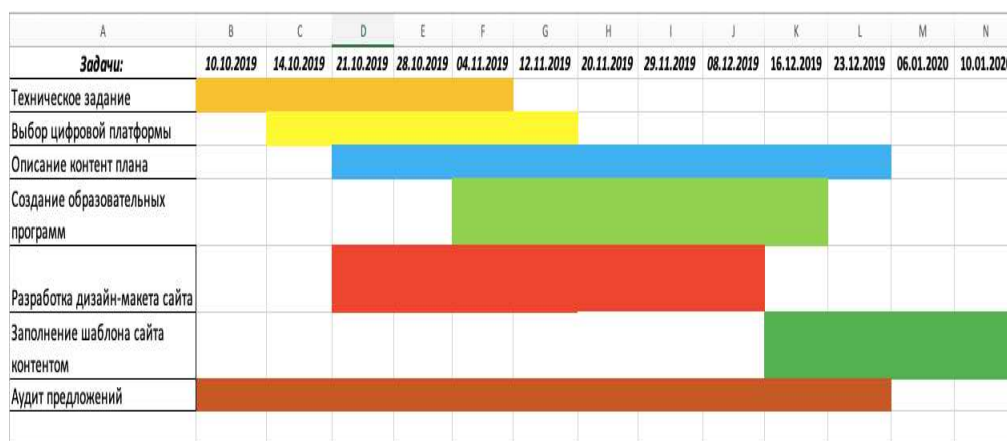


Рис. 5.2. Диаграмма Ганта по проекту

Далее был выполнен обзор цифровых платформ для создания сайта (онлайн-магазина), ниже приведены 8 из 30 возможных вариантов, найденных студентами.

1. **uCoz.**

uCoz – доступный по стоимости ресурс для создания продвинутых, больших магазинов. Ему соответствует модуль uShop, который умеет



многое: быстро наполнять каталог тысячами товаров, экспортировать их на внешние площадки и вести учёт при помощи «1С: Управление торговлей»

Достоинства платформы: поддерживается продажа любых типов товаров – файловые (музыка, программы, изображения, скрипты), материальные (гаджеты и т.д.), цифровые (купоны, ключи, электронные коды); богатый выбор магазинных премиум-шаблонов отличного качества при малой стоимости (\$15–30, в среднем); отличные условия для продвижения магазинов в поисковых системах. Стоимость: а) нормальный (для магазина) (\$7.99/мес) – 10 Гб файлового хранилища, полная функциональность; б) максимальный (\$12.79/мес) – 20 Гб файлового хранилища, техподдержка через живой чат.

## 2. *Shopify*

Shopify – один из самых известных инструментов для онлайн-продаж. Он популярен среди маленьких магазинчиков, которые являются его целевой аудиторией. Достоинства платформы: адаптация магазина приложений для расширения интернет-магазина. Услуги: легко совместима с моделью прямой поставки, компаниями-перевозчиками, центрами полного цикла поставок; мобильные приложения предназначены как для осуществления платежей, так и управления магазином; Shopify – эксперты предлагают свою помощь в создании магазина. Стоимость 29\$ в месяц.

### Стейкхолдеры проекта



Рис. 5.3. Стейкхолдеры проекта

### 3. *BigCommerce*

BigCommerce – популярная платформа среди малых и средних Интернет-магазинов. Достоинства платформы: функция установления квот доставки в реальном времени, подарочные карты и круглосуточная телефонная линия поддержки, чат, e-mail. Услуги: Сертификат от Google как проверенному онлайн-ресурсу; помощь в увеличении продаж; легко совместима с eBay, Google Shopping и другими сервисами. Стоимость 29,95–79,95\$ в месяц.

### 4. *Wix*

Достоинства платформы: Wix на фоне других сервисов – это невероятный дизайн – можно использовать его для смены цвета каждого элемента сайта. Услуги: визуальный редактор с готовыми примерами и шаблонами; низкие цены и несложная установка, идеальна для первого опыта подобной деятельности; отсутствие комиссии за сделку, только месячная оплата. Стоимость за год составит \$120.

### 5. *Volusion*

Достоинства платформы – это самая дешёвая платформа. В ней есть все, что нужно для первого опыта в Интернет-коммерции: максимально допустимо 100 единиц продуктов и 1 GB памяти. Проще говоря, дается необходимый комплект услуг для того, чтобы начать бизнес. Услуги: встроенная программа лояльности (MyRewards); встроенная опция «Сделка дня»; совместимость с eBay и Amazon. Стоимость: 15\$ начальный пакет услуг; 75\$ – профессиональный пакет услуг.

### 6. *Yahoo store*

Достоинства платформы: сервис Yahoo не выглядит привлекательно, предлагает впечатляющий набор установок с целым рядом вариантов интеграции для платёжных провайдеров, возможности доставки, офисные системы. Услуги: Рекомендации предоставляются непосредственно по конкретному бизнесу. Стоимость примерно 20–50\$ в месяц.

### 7. *Wordpress*

WordPress – самая популярная CMS в мире, которая используется для создания блогов, однако с помощью плагинов на ней также можно построить интернет-магазин. Достоинства платформы: гибкость и простота в использовании; с помощью дополнительных функций можно сделать новостной форум, блог; многообразие подключаемых программных модулей, позволяющих приспособлять любой выбранный шаблон к определенным особенностям проекта. Услуги: шаблоны стандартные (бесплатные и платные). Стоимость: начальный сайт можно сделать бесплатно. Но для дополнительных возможностей цена будет до 100\$, в зависимости от условий.

### 8. *Hostcms*

Достоинства платформы: легкость в использовании; бесплатно можно создать простой интернет-магазин; имеется защита от взлома сайта (Интернет-магазина); есть большое количество шаблонов; имеется возмож-

ность редактировать контент в визуальном редакторе. Услуги: защита от взлома сайта. Количество услуг зависит от приобретенного пакета. Стоимость: бесплатная версия для начинающих. Далее – от 1900 и до 20 000 руб. в зависимости от пакета услуг.

После обсуждения в команде и консультации с IT-специалистами было принято решение в качестве цифровой платформы выбрать цифровую платформу WIX.

Таблица 5.1

**Индивидуальный вклад и образовательные результаты участников проекта в зависимости от их роли в проекте**

№ п/п	Роль в проекте	Индивидуальный вклад	Образовательный результат
1	Координатор	Создание общей концепции сайта, написание технического задания на разработку сайта Интернет-магазина, активное участие в выборе цифровой платформы и создании сайта, координация работы всех членов команды.	Приобретены цифровые компетенции в области написания технического задания, выбора цифровой платформы, навыки командообразования, коммуникативные компетенции, общеменеджерские компетенции.
2	Технолог	Обзор существующих цифровых платформ, обоснование выбора цифровой платформы в рамках общей концепции, разработка структуры сайта, создание сайта с учетом трудоемкости технической работы.	Приобретены цифровые компетенции в области изучения цифровых платформ, выбора цифровой платформы, навыки разработки структуры сайта и его создания, а также коммуникативные компетенции, навыки проектной работы в команде.
3	Аналитик 1	Разработка контента сайта, выбор названия каждого раздела. Участие в разработке анкеты для потенциальных потребителей. Проведено анкетирование школьников 7–10 классов в школе № 21 для изучения потребительских предпочтений на рынке детских дополнительных программ. Обобщение часто задаваемых вопросов и создание раздела FAQ. Взаимодействие с заказчиком.	Приобретены цифровые компетенции в области использования цифровых платформ, навыки контентного анализа. Приобретены компетенции в области полевых исследований и проведения анкетирования потенциальных потребителей, а также коммуникативные компетенции, навыки проектной работы в команде.

## Окончание табл. 5.1

№ п/п	Роль в проекте	Индивидуальный вклад	Образовательный результат
4	Аналитик 2	Разработка контента сайта, выбор названия каждого раздела. Участие в разработке анкеты для потенциальных потребителей. Проведено анкетирование школьников 7–10 классов в школе № 77 для изучения потребительских предпочтений на рынке детских дополнительных программ. Описание программ для контента. Взаимодействие с заказчиком.	Приобретены цифровые компетенции в области использования цифровых платформ, навыки контентного анализа, компетенции в области исследования потенциальных потребителей, а также коммуникативные компетенции, навыки проектной работы в команде.
5	Аналитик 3	Разработка дизайн-макета сайта, художественное оформление. Приобретены цифровые компетенции в области веб-сайта, формулировка основных требований к сайту Интернет-магазина. Взаимодействие с заказчиком.	Приобретены цифровые компетенции в области web-дизайна, навыки контент-анализа, коммуникативные навыки, навыки проектной работы в команде.
6	Аналитик 4	Структурирование сайта, заполнение основных разделов сайта контентом, выбор трех наиболее популярных программ. Взаимодействие с заказчиком по согласованию содержательного наполнения сайта, составление презентации.	Приобретены цифровые компетенции в области web-дизайна, навыки контент-анализа, коммуникативные навыки, а также навыки составления презентаций, навыки проектной работы в команде
7	Аналитик 5	Аудит предложения детских образовательных программ на рынке Владивостока. Участие в разработке анкеты для потенциальных потребителей. Проведено анкетирование школьников 7–10 классов в школе № 80 для изучения потребительских предпочтений на рынке детских дополнительных программ. Взаимодействие с заказчиком.	Приобретены компетенции в области исследования потенциальных потребителей, навыки составления анкет, а также коммуникативные компетенции и навыки проектной работы в команде

*Продуктовый результат проекта*

1. Исследован рынок детских образовательных услуг города Владивостока (кабинетное исследование).

2. Исследованы потребительские предпочтения детей разных возрастных групп (полевое исследование – проведены анкетирования в школах № 21 и 77 г. Владивостока среди учащихся 7–10 классов, всего 112 респондентов) – анкета разработана командой проекта и прилагается.

3. Разработаны рекомендации по выбору наиболее востребованных детских образовательных программ для каждой возрастной группы.

4. Разработан прототип Интернет-магазина для продажи дополнительных образовательных программ для детей.

5. Обоснован выбор платежной системы.

Далее на рис. 5.4–5.12 приводятся фрагменты сайта Интернет-магазина, разработанного студентами (ссылка на проект – <https://education-vl.wixsite.com/education-skills>).

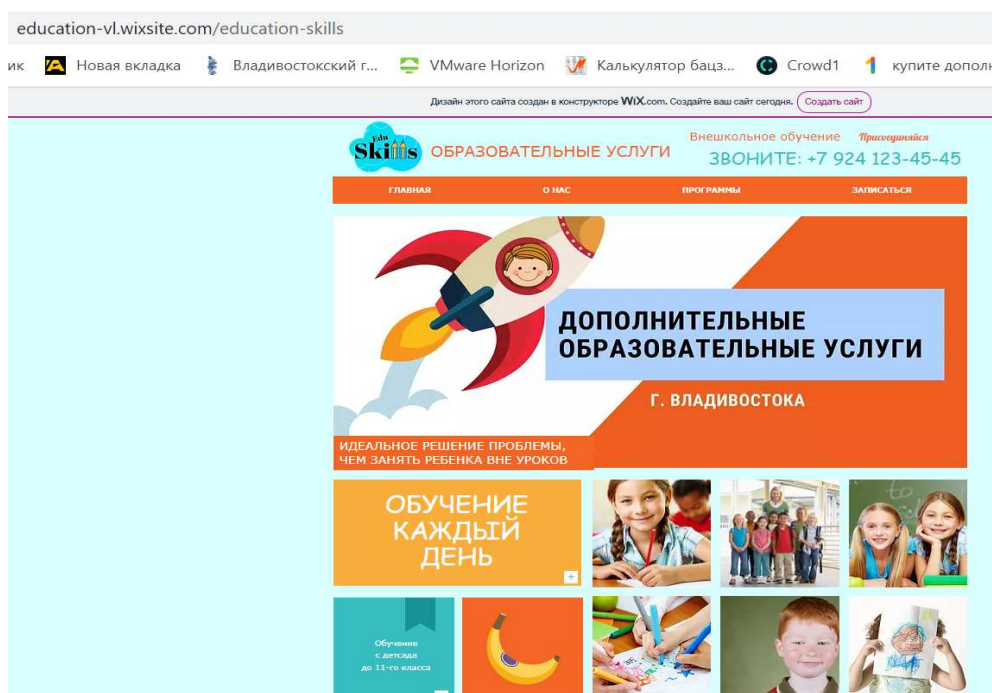


Рис. 5.4. Фрагмент сайта Интернет-магазина

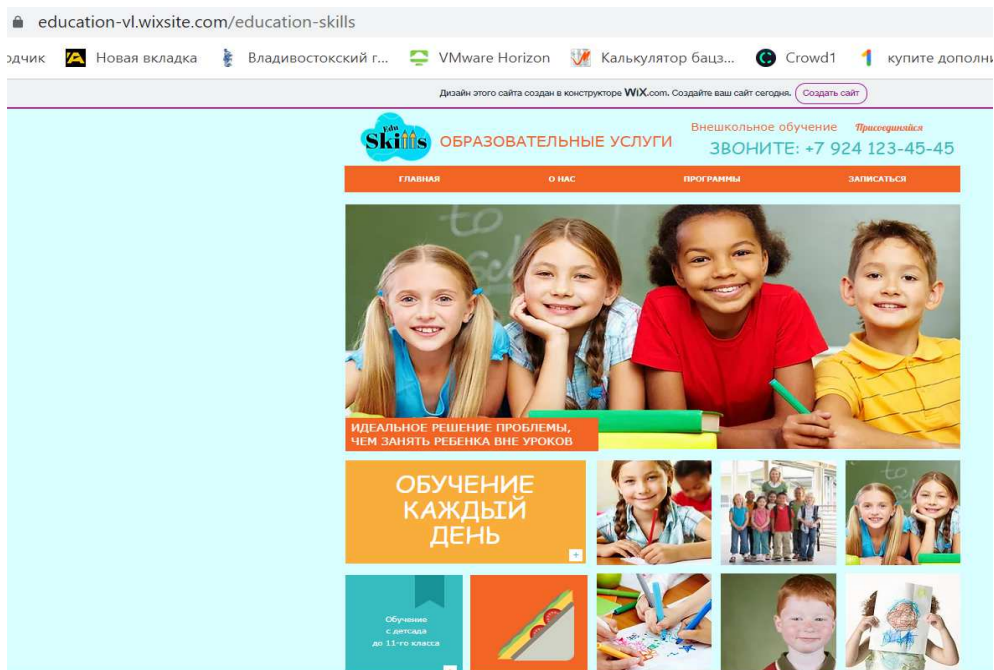


Рис. 5.5. Фрагмент сайта Интернет-магазина

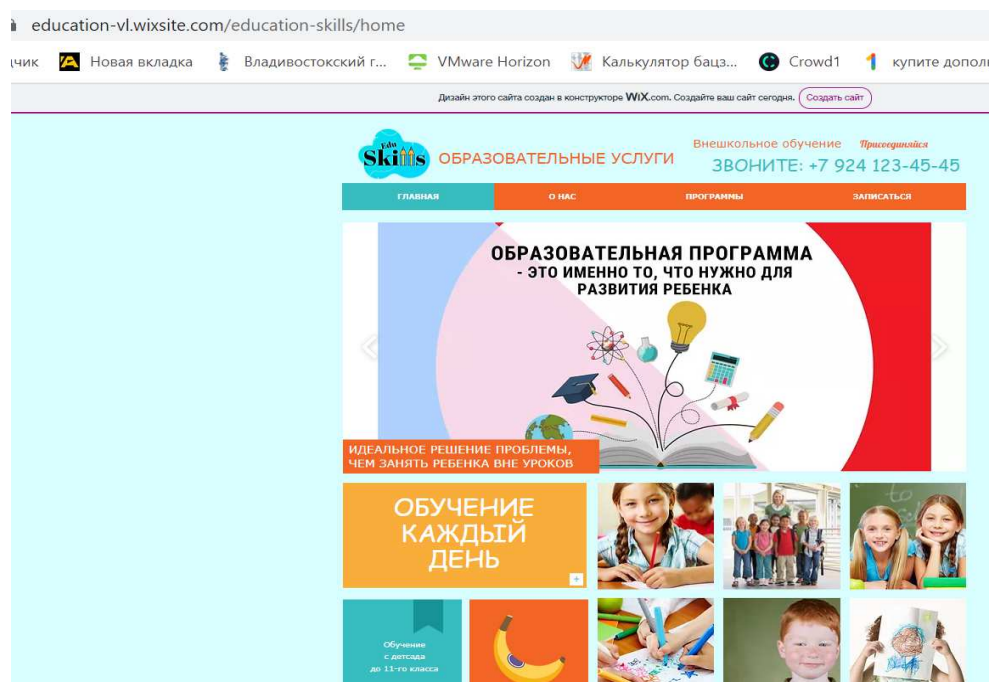


Рис. 5.6. Фрагмент сайта Интернет-магазина

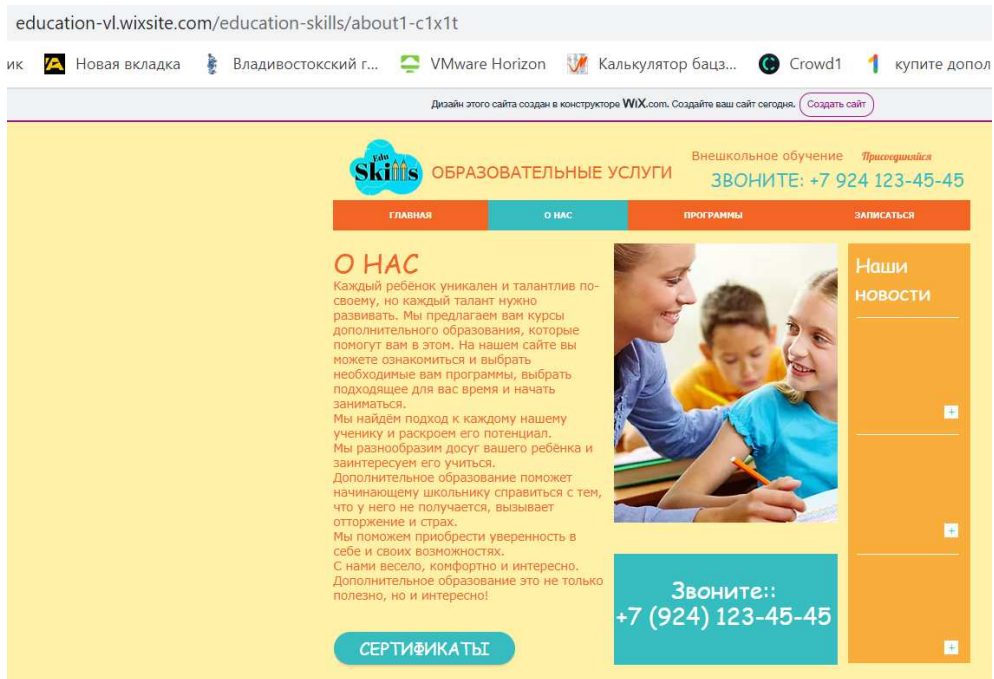


Рис. 5.7. Фрагмент сайта Интернет-магазина

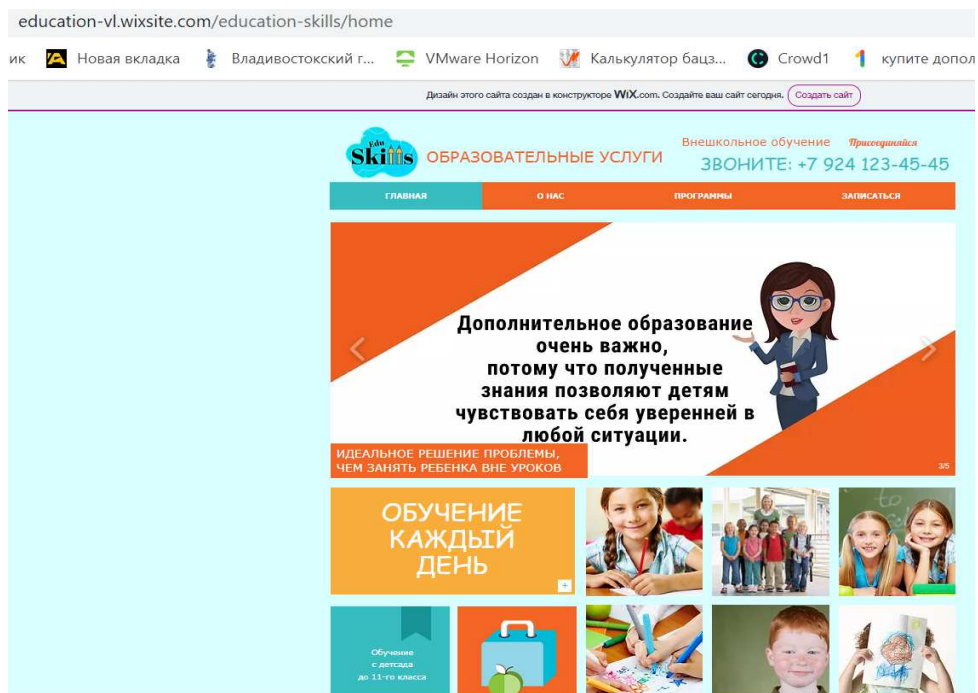


Рис. 5.8. Фрагмент сайта Интернет-магазина

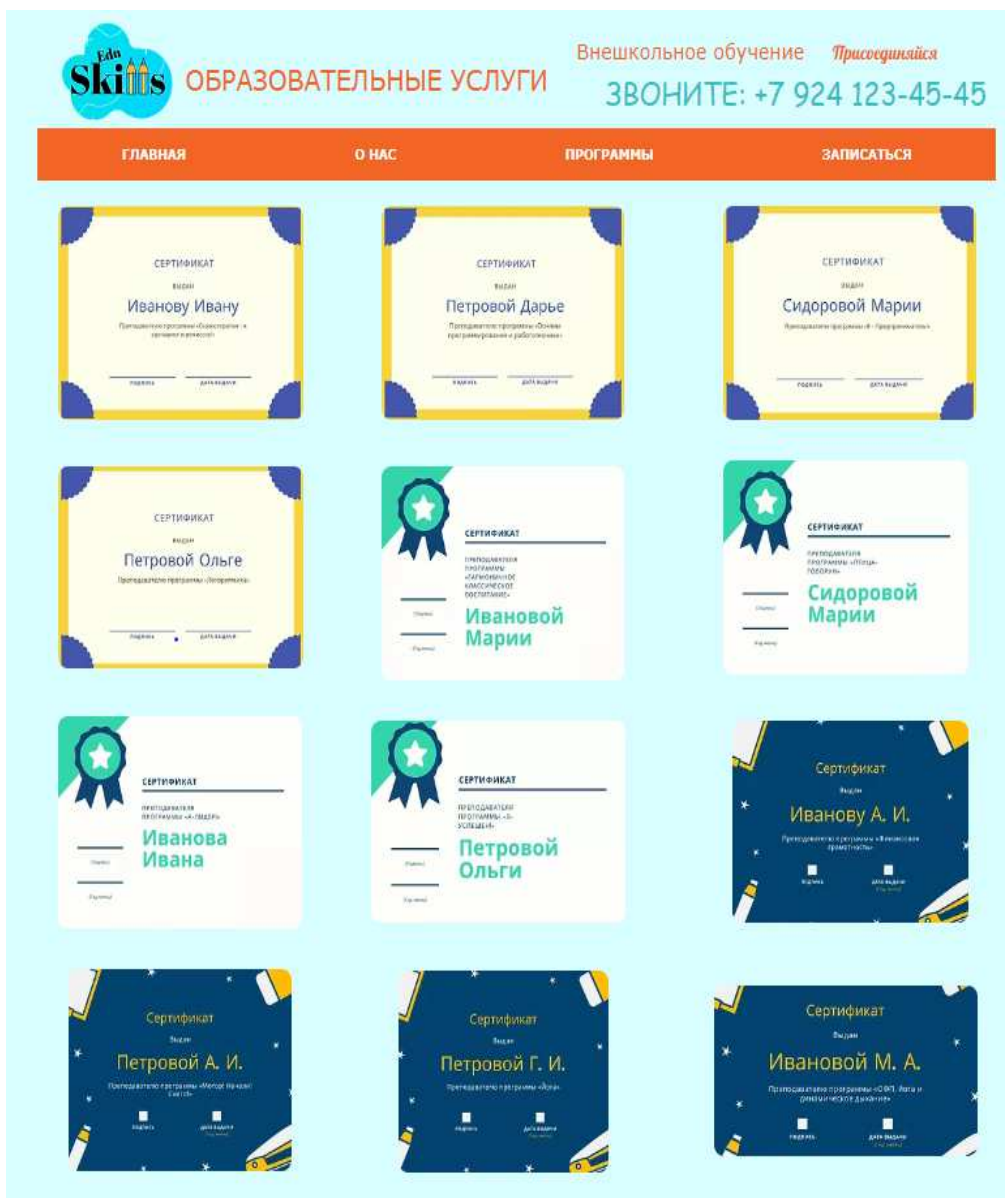


Рис. 5.9. Фрагмент сайта Интернет-магазина





Внешкольное обучение *Присоединяйся*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ**

**ЗВОНИТЕ: +7 924 123-45-45**

ГЛАВНАЯ
О НАС
ПРОГРАММЫ
ЗАПИСАТЬСЯ

## ПРОГРАММЫ

- Гармоничное классическое воспитание  
Длительность: 9 месяцев. (от 3 до 7 лет)
- Птица - Говорун  
Длительность: 2 месяца. (от 10 до 17 лет)
- Я – Лидер!  
Длительность: 2 месяца. (от 11 до 17 лет)
- Я – Успешен!  
Длительность: 2 месяца. (от 11 до 17 лет)
- Я – Предприниматель!  
Длительность: 3 месяца. (от 13 до 17 лет)
- Сказкотерапия- я сценарист и режиссер!  
Длительность: 2 месяца. (от 4 до 9 лет)
- Логоритмика  
Длительность: 2 месяца. (от 3 до 7 лет)
- Основы программирования и робототехники  
Длительность: 2 месяца. (от 4 до 17 лет)
- Мотор! Начали!Снято!  
Длительность: 2 месяца. (от 12 лет)
- ОФП, йога и динамическое дыхание  
Длительность: 2 месяца. (от 4 до 11 лет)
- Йога  
Длительность: 2 месяца. (от 13 до 17 лет)
- Финансовая грамотность  
Длительность: 2 месяца. (от 14 до 17 лет)




С описанием программ можно ознакомиться в разделе "ЗАПИСАТЬСЯ"

- Разовое посещение курса: 699 рублей
- Посещение 4 раза в месяц: 2499 рублей
- Посещение 8 раз в месяц: 4499 рублей

Звоните:

456-78-90



Рис. 5.10. Фрагмент сайта Интернет-магазина

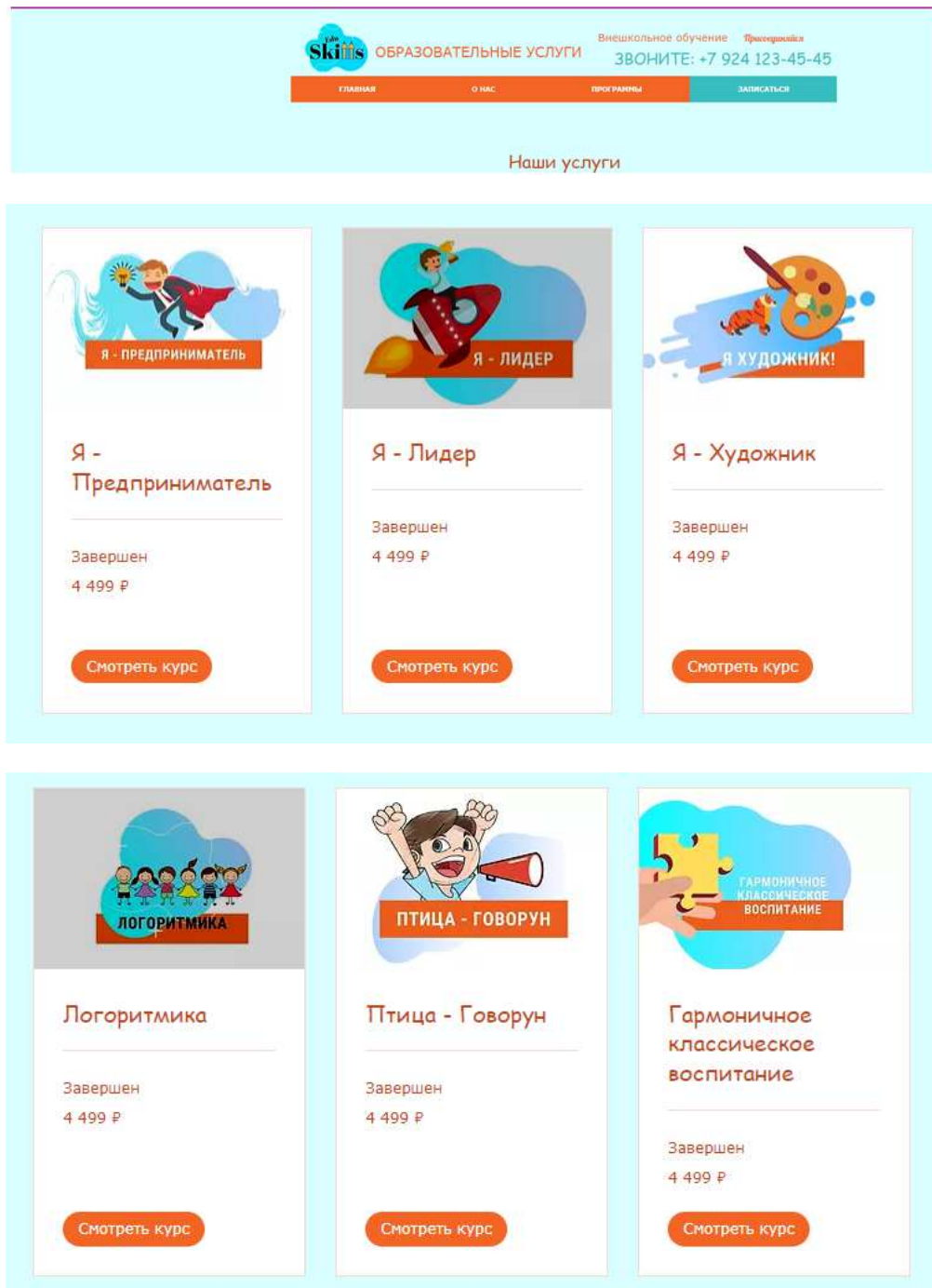


Рис. 5.11. Фрагмент сайта Интернет-магазина

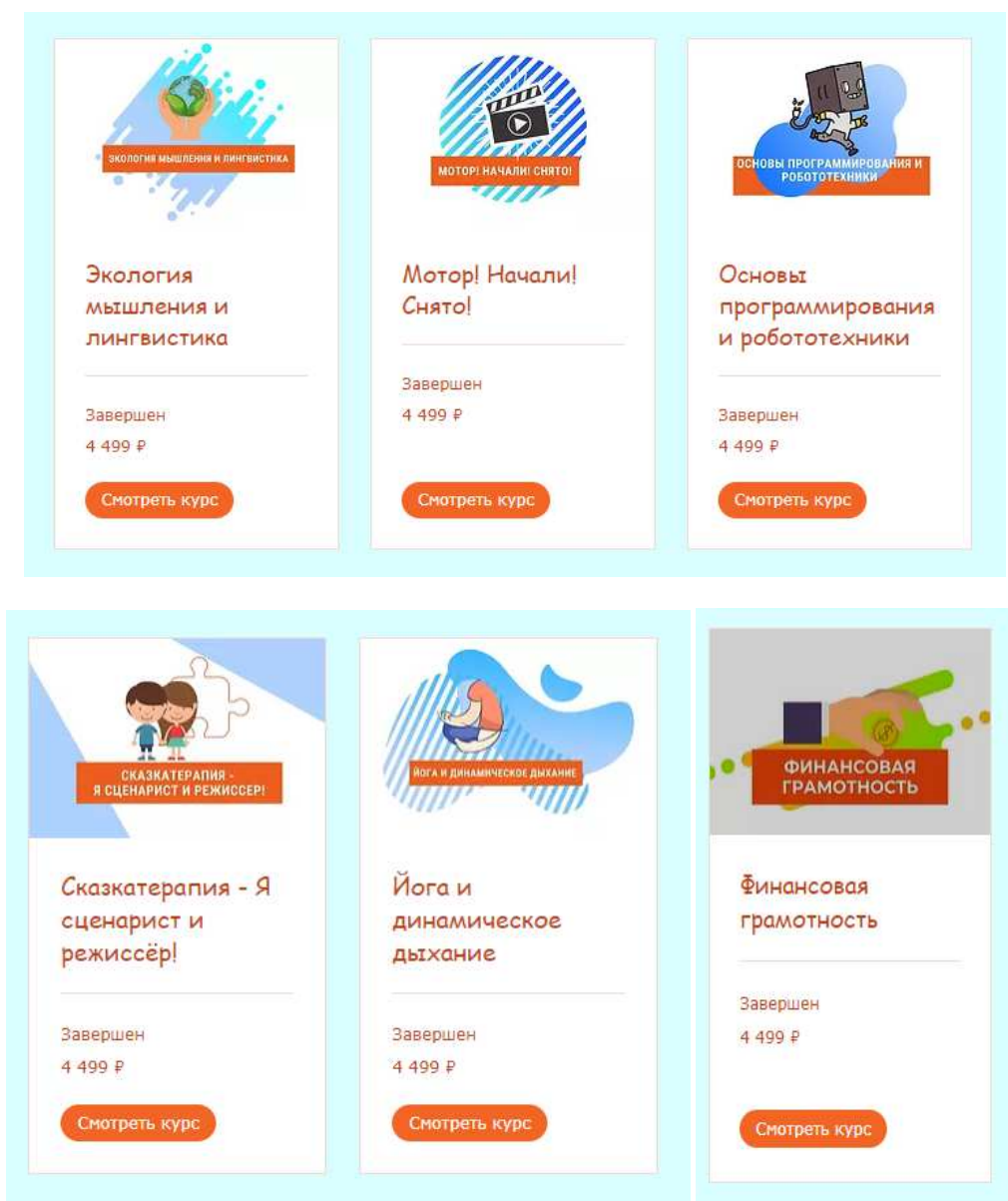


Рис. 5.12. Фрагмент сайта Интернет-магазина

**Приложение  
к проекту 5****АНКЕТА**

Привет, Друзья! Мы, студенты 2 курса ВВГУ, обращаемся к вам с просьбой ответить на вопросы анкеты, которую мы разработали в процессе выполнения учебного проекта по созданию Интернет-магазина по продаже образовательных услуг для детей и подростков. Нам очень важно ваше мнение, честность и искренность при ответах на нашу Анкету. Мы обращаемся к вам за помощью и советом: как нам создать действительно интересные, веселые и полезные для вас образовательные программы? Помогите нам понять ваши реальные запросы и ожидания.

*Проектная команда ВВГУ, студенты 2 курса:*  
Красиков А., Палатовский Л., Абрашина Ю.,  
Савченко Т., Богач С., Иунихина Н., Степанова А.

1. Какие профессии тебе нравятся (назови минимум три) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. На какую профессию ты хочешь учиться после школы \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. Как ты думаешь, быть бизнесменом, предпринимателем – это хорошо? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. Готов ли ты учиться тому, как правильно и грамотно строить и вести свой собственный бизнес, свое предприятие? Готов сейчас? \_\_\_\_\_  
В будущем? \_\_\_\_\_
5. Какие профессии, по-твоему, будут престижными и важными в будущем? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Какие знания и навыки ты считаешь нужными для успешности современного человека и тебя, взрослого (подчеркни, что считаешь нужным, дополни, если есть свое видение):
  - a. Компьютерная грамотность только для пользователей \_\_\_\_\_
  - b. Компьютерная грамотность, основы и принципы программирования \_\_\_\_\_
  - c. Робототехнические познания \_\_\_\_\_

---

d. Экономические знания: финансовой грамотности, основ управления, производства, управления временем, техники продаж, создание бренда \_\_\_\_\_

---

e. Правовые и гражданские знания законов страны проживания, налоговых требований, избирательного права, прав человека и др. \_\_\_\_\_

---

f. Эмоциональный интеллект, успешные коммуникации, креативное творческое мышление, бесконфликтные взаимоотношения \_\_\_\_\_

---

g. Владение иностранными языками: английским, японским, китайским \_\_\_\_\_

---

h. Успешного проведения публичных выступлений, умение убеждать, доводить информацию до внимания слушателей, уметь видеть и делиться красотой, радостью, знанием с другими \_\_\_\_\_

---

i. Гармонично выстраивать свою жизнь, успешно сочетать профессиональную деятельность и личную жизнь, успешно распоряжаться временем, эффективно организовывать себя \_\_\_\_\_

---

j. Своевременно обновлять знания и повышать качество навыков, проявлять гибкость, уметь анализировать и иметь независимое мышление \_\_\_\_\_

---

k. Следить за здоровьем, держать себя в активном тоне \_\_\_\_\_

---

7. Пока ты учишься в школе, какие из нижеприведенных обучающих курсов для подростков и тинэйджеров тебе интересны (ниже можешь написать еще и свой вариант):

7.1. «Основы программирования и робототехники».

7.2. «Основы программирования и создания компьютерных игр».

7.3. «Безопасная среда обитания» (как выжить и сохранить себя в городе, незнакомом месте, экстремальных условиях, в Интернет-среде, как противостоять давлению и отстаивать свои границы).

7.4. «Экология мышления и лингвистики» (как мыслить, создавать, писать сценарии и как думать и делать, чтобы достигать цели, чтобы мечты воплощались в действительность и др.).

7.5. «Я – Лидер» (все о лидерстве, командообразовании, коммуникациях, управлении временем, самоорганизации и др.).

7.6. «Я – Бизнесмен/предприниматель» (творческое мышление, интересно и познавательно об экономике, менеджменте, финансовой грамот-

ности, маркетинге: создание продукта, продвижение на рынке, продажи, проектирование, планирование, реализация и др.).

7.7. «Я Успешен!» (о системном мышлении, планировании, целях и их достижениях, балансе жизненных приоритетов, эмоциональном интеллекте и коммуникациях, конфликтах, самообучении, работе в команде и др.).

7.8. «Мотор! Начали! Снято!» (пишем сценарии, сочиняем сюжеты, снимаем (кино, видео, фото), создаем, презентуем, ведем блоги, изучаем безопасность в сети интернет, авторское право).

7.9. «Я – Художник. Я так вижу!» (основы художественного мастерства, создание дизайн проектов, презентаций).

7.10. «Полезные привычки успешных людей» (физические инструменты настройки: внимание, концентрация, творческое мышление, восстановление сил), адаптированные по возрасту упражнения и методы из йоги, восточных практик, основы медитации и правильного дыхания.

7.11. Другое (ваше предложение) \_\_\_\_\_

8. Как называются профессии твоих родителей? \_\_\_\_\_

9. Какие дополнительные занятия, кружки, секции ты посещаешь? \_\_\_\_\_

10. Есть ли у тебя какое-то дело, которым ты с удовольствием и желанием занимаешься? Какое? \_\_\_\_\_

11. Как ты считаешь, зависит ли материальное благополучие (финансовая обеспеченность) от уровня образования и профессионального мастерства? \_\_\_\_\_

Благодарим тебя за честность и помощь. Напиши, пожалуйста, свою фамилию, имя, номер школы и класс, и, если возможно, твой электронный адрес или электронный адрес твоих родителей. Мы сможем пригласить тебя на пробные уроки, когда наш Интернет-магазин обучения начнет успешно работать!!! Желаем тебе успехов и радости!



Фамилия, имя \_\_\_\_\_

школа \_\_\_\_\_

класс \_\_\_\_\_ город \_\_\_\_\_

email (если возможно) \_\_\_\_\_

## Проект 6. ИССЛЕДОВАНИЕ МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫХ И МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ ВО ВЛАДИВОСТОКЕ

**Е.Б. Кметь**

канд. экон. наук, доцент

**Н.А. Юрченко**

зав. кафедрой международного маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет*

*Владивосток. Россия*

### 6.1. Паспорт проекта

Название проекта	Исследование межконфессиональных и межнациональных отношений во Владивостоке
Срок реализации проекта	14 сентября – 28 декабря 2020г.
Тип заказчика	внешний
Заказчик	ООО Гавань-Турцентр
Руководитель проекта	Юрченко Наталья Александровна
Количество студентов	5
Направления подготовки	Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля
Критерии отбора студентов	Знание основ маркетинга и маркетингового анализа; уверенный пользователь ПК (умение работать с базовыми программами MS Office (Excel, Power Point, World); способность к проведению исследования, обобщению и анализу информации; ответственность и способность к самоорганизации; ориентация на командную работу
Роль студентов в проекте (виды деятельности)	Провести полевые исследования (опрос) целевой аудитории по выявлению состояния межконфессиональных и межнациональных отношений в г. Владивостоке
Тип проекта	Исследовательский
Проблема проекта	Недостаточная осведомлённость Администрации г. Владивостока о состоянии межнациональных и межконфессиональных отношений в г. Владивостоке
Цель проекта	Изучить характер межнациональных и межконфессиональных отношений, восприятие населением города межнациональной, межконфессиональной обстановки в г. Владивостоке

Планируемые результаты проекта	Аналитический отчет о результатах исследования, содержащий обработанную и сгруппированную по каждому вопросу информацию, собранную в ходе опроса населения (графическое представление данных – графики и диаграммы, отражающие результаты исследования в наглядном для восприятия виде), а также включающий выводы и рекомендации по гармонизации межнациональных и межконфессиональных отношений в г. Владивостоке
Формат представления результата	Оформленная презентация в PowerPoint и отчет Word. Приложения в таблицах Excel

## 6.2. Комментарий к проекту

Межконфессиональные и межнациональные отношения играют важную роль в стабилизации общественной жизни и национальной политики страны, в предотвращении дискриминации и нейтрализации угроз межнациональных конфликтов и экстремизма. Российская Федерация (далее – РФ) является многонациональной страной, а мониторинг межконфессиональных и межнациональных отношений имеет важное значение для отслеживания изменений в настроениях населения в данной сфере. Важнейшими факторами влияния, подстегивающими эволюцию межнациональных и межконфессиональных отношений, является возрастающая внутренняя и внешняя миграция населения. Межконфессиональные отношения – это сложная система взаимоотношений людей, придерживающихся разных религиозных взглядов, принадлежащих к различным конфессиям [11]. В Стратегии государственной национальной политики РФ межнациональные (межэтнические) отношения определяются как взаимодействие людей (групп людей) разных национальностей (разной этнической принадлежности) в различных сферах трудовой, культурной и общественно-политической жизни РФ, оказывающих влияние на этнокультурное и языковое многообразие РФ и гражданское единство [24].

Главным рычагом регулирования взаимодействия между представителями разных национальностей и конфессий, является нормативно-правовая поддержка со стороны государства, а именно свобода религии и вероисповедания, закрепленная Федеральным законом № 127-ФЗ от 26 сентября 1997 г. [23], и Стратегия государственной национальной политики РФ на период до 2025 г. [24], а меры наказания за нарушение права на свободу совести и вероисповедания прописаны в уголовном кодексе РФ («№ 63-ФЗ от 13 июня 1996 г.») [39].

В мониторинге исследователи, как правило, чаще применяют полевые исследования (количественные и качественные методы). Сбор информации по количественной методике проводится, как правило, с помощью



опросов, и методом наблюдения в цифровой среде, по качественной методике – с помощью глубинных интервью, а именно – его разновидности – биографического метода (лейтмотивное интервью). Оценка религиозности проводится, как правило, с помощью полевых количественных методов (опроса) [2, 42, 43].

Приведем краткую характеристику полевого исследования, целью которого являлось изучение межконфессиональных и межнациональных отношений в городе Владивосток. Предварительно был разработан инструментарий опроса – анкета, которая содержала 35 вопросов, совокупность которых была разбита четыре логических блока. Блок 1 (15 вопросов) был посвящён оценке межнациональных отношений в городе, блок 2 (7 вопросов) – оценке межконфессиональных отношений, блок 3 (7 вопросов) – оценке отношений к инициативам гармонизации межрегиональных отношений, блок 4 (6 вопросов) – портрету респондентов: гендерные признаки, возраст, образование, основная сфера деятельности, период и район проживания в городе. Опрос проводился с 1 сентября по 30 октября 2020 г., сбор данных осуществлялся методом опроса с использованием распечатанных анкет. Генеральная совокупность охватывала население г. Владивостока в возрасте 18+. Выборка являлась квотной в разрезе жителей 5 районов города (Ленинский, Фрунзенский, Советский, Первореченский, Первомайский), количество опрашиваемых респондентов по районам города – равное по всем районам. Всего было опрошено 535 человек, 16 анкет было забраковано.

Рассмотрим общие выводы по оценке межнациональных отношений в г. Владивостоке.

39 % респондентов оценивают ситуацию как спокойную, мирную, но 32 % считают ее только внешне спокойной, т.к. ощущается некоторая напряженность. И только малая часть респондентов (9 %) оценивают ситуацию как напряженную и считают, что возможны конфликты.

Толерантно к представителям других национальностей, проживающим в г. Владивостоке, относятся 49 % респондентов, терпимо – 17 %, не испытывают расположения, но стараются не задевать их чувства – 13 %. И только 35 % респондентов испытывают неприязнь к представителям других национальностей. Респондентов, которые затруднятся ответить, оказалось 18 %, что может свидетельствовать о том, что они не могут оценить ситуацию однозначно.

По результатам корреляционного анализа выявлена статистически значимая слабая положительная нелинейная зависимость между отношением к представителям других национальностей и возрастом ( $R_o$  Спирмена=0,287 при статической значимости  $p=0\%$ ) и сферой занятости респондентов ( $R_o$  Спирмена=0,343 при статической значимости  $p=0\%$ ). Наиболее толерантны респонденты в возрасте от 18 до 20 лет (156 респонден-

тов) и от 30 до 45 (48 респондентов), респонденты в возрасте от 46 до 59 и 60+ не испытывают расположения, но стараются не задевать их чувства. Эти же выводы подтверждает оценка толерантности в разрезе сфер занятости – наиболее толерантно расположены учащиеся и студенты.

Самую высокую степень согласия (от 1 – согласен до 4 – не согласен) демонстрирует причина неприязни к представителям других национальностей «Они не считаются с правилами поведения, сложившимися в г. Владивостоке» (2,23), а самую низкую утверждение «Они не чувствуют благодарности за то, что живут в нашем городе» (2,83).

Лидирующие национальности, к которым испытывается неприязнь, это узбеки (25 респондентов) – 1 место, китайцы (11 ответов) – 2 место и кавказцы – 3 место. К азиатам (4 ответа) были отнесены: выходцы из Ближнего Зарубежья (1 ответ), выходцы из Средней Азии (3 ответа), к кавказцам (9 ответов) – просто кавказцы (6 ответов), лица кавказской внешности или национальности (3 ответа).

В структуре ответов на вопрос «На чем основано Ваше отношение к представителям другой национальности?» лидирует собственное мнение, которое сложилось на основе каких-либо событий (69 % респондентов), а религиозные убеждения занимают всего 4 %.

Полностью уверены в их отсутствии сложностей в межнациональных и межконфессиональных отношениях в г. Владивостоке 29 % респондентов, четко обозначили их наличие 31 % и большинство (40 % респондентов) затрудняются оценить их наличие.

Основной причиной сложностей в межнациональных и межконфессиональных отношениях в г. Владивостоке, по мнению респондентов, является большой приток мигрантов, иностранных работников (19,1 % ответов); на втором месте находятся сложные социально-экономические условия, безработица, низкий уровень жизни (14,9 %); на третьем – низкий уровень культуры приезжих (13,1 % ответов).

Большинство (41 % респондентов) считают, что конституционные права и свободы граждан скорее соблюдаются, в их соблюдении уверены 21 %, в несоблюдении – 17 %.

Результаты оценки стремлений людей других национальностей вписаться в правила и традиции жизни Владивостока, стать здесь своими демонстрируют незначительный перевес отсутствия стремления – 54 % респондентов.

Возможными конфликты на межнациональной почве в г. Владивостоке считают 21 % респондентов, скорее возможными – 28 % респондентов, что вместе составляет почти половину респондентов.

Самой положительной тенденцией в развитии межнациональных отношений в г. Владивостоке за последний год является экономическое, политическое и культурное сближение наций – 27,8 % ответов респондентов, второе место в рейтинге занимает тенденция повышения культурного

уровня наций – 22,1 %, замыкает тройку лидеров тенденция разрушения межнациональных перегородок – 17 %. Заметно, что большинство не может сформулировать положительные тенденции – «затрудняюсь», «не знаю» ответили 16,6 % респондентов; 5,2 % считает, что положительных тенденций нет, два респондента (0,4 %) считают положительной тенденцией наличие дешевой рабочей силы.

Среди респондентов доминирует мнение, что ничего не изменилось в межнациональных отношениях в г. Владивостоке за последний год – 55 %, 26 % считают, что ситуация стала меняться к лучшему и 19 % респондентов уверены, что ситуация ухудшилась.

Подавляющая часть респондентов считает, что самым приемлемым вариантом отношения к представителям других национальностей является старание поддерживать ровные отношения, с уважением относиться к их культуре, но сохранять свои традиции и культуру – 63 %. Два сегмента по 16 % считают, что нужно воздерживаться от отношений с ними, но не конфликтовать, или выступают за строгий контроль над распространением своих культуры и традиций, и только 5 % считают, что нужно прививать наши традиции, если хотят жить в г. Владивостоке. Следует отметить, что больше трети респондентов готовы принять участие в подобных мероприятиях – 35 %, и только 17 % категорически не готовы.

Рассмотрим общие выводы по оценке межконфессиональных отношений в г. Владивостоке.

Результаты ответов на вопрос о вероисповедании демонстрируют, что среди респондентов преобладают христиане (53,8 %) и атеисты (34,6 %). Интересно, что к агностикам (людям, которые не отрицают существование богов, но и не принимают сторону какой-либо религии или веры) себя относят 4 респондента, к язычникам – 3 респондента.

В ходе опроса выявлено, что 53 % респондентов считают себя толерантными – это максимальный показатель. Минимальное количество опрошенных ответили, что скорее не считают себя толерантными (4 %).

У большей части респондентов (66,3 % или 343 человека) основой формирования отношения к представителям других конфессий является собственное мнение, которое сложилось на основе каких-либо событий, у 12,6 % респондентов (65 человек) отношение сформировалось на основе влияния родных и близких, на 12,2 % влияние оказала общественность и СМИ. Среди незначительных факторов влияния называют Интернет, социальные сети и т.д.

Треть респондентов (30 %) оценивают межконфессиональные отношения, как спокойные, мирные, 28 % респондентов считают, что ситуация внешне спокойная, но ощущается некоторая напряженность, и только 3 % считают, что ситуация напряженная и возможны конфликты.

24 % респондентов затрудняются назвать сигналы,сторажаивающие в текущей межрелигиозной ситуации в г. Владивостоке, а 18,3 % считают,

что такие сигналы отсутствуют. Однако 13 % респондентов считают, что сигналом является взаимное неуважение и нетерпимость верующих разных конфессий, 12,6 % – претензии к светскому обществу по поводу оскорбления религиозных чувств тех или иных групп верующих, а 11,3 % – демонстрация внешних признаков религиозной принадлежности во внешнем облике, особом стиле одежды, поведении.

В качестве основной тенденции, характеризующей межконфессиональные отношения в г. Владивостоке за последние 3 года, респонденты называют усиление социально-политической активности Русской Православной Церкви (далее – РПЦ) – 144 респондентов (21,5%), второе место занимает «затрудняюсь ответить» – 92 респондента, третья позиция у тенденции «пропаганда превосходства какой-то одной религии над другими» – 83 респондента.

Большинство респондентов (35 % или 180 человек) считают, что конфликты на межрелигиозной почве скорее невозможны, в то время как 31 % респондентов (160 человек) не исключают возможности возникновения конфликтов, так как в настоящее время достаточно часто встречается непонимание между представителями разных религиозных культур. Остальные же разделились во мнении: 24 % (120 человек) считают возможным возникновение конфликтов; 1 % (6 человек) считают невозможным возникновение конфликтов и лишь 9 % (47 человек) затруднились ответить.

Общая картина отношения к следующим инициативам по гармонизации межрелигиозных отношений в г. Владивостоке демонстрирует следующее.

Наиболее отрицательное отношение демонстрирует введение в школах уроков по основам исламской, буддийской, иудейской культуры (217 человек), а наиболее положительной – отношение – сотрудничество властей города и РПЦ в проведении основных православных праздников (126 человек) и введение в школах уроков по истории основных религий России.

Для оптимизации межнациональной и межконфессиональной ситуации в г. Владивостоке максимально эффективным вариантом является создание большего количества поводов и площадок для совместной деятельности людей разных национальностей и религий. Также опрос показал, что самым неэффективным вариантом для оптимизации является недопущение больших масс верующих вокруг культовых сооружений во время крупных религиозных праздников.

Наибольшее безразличие респонденты высказали к сотрудничеству властей города и РПЦ в проведении основных православных праздников (152 человека), наименьшее безразличие – к введению в школах уроков по основам духовно-нравственной культуры, однако эта инициатива вызвала и наибольшие затруднения (148 человек ответили, что затрудняются ответить).

Можно сформулировать общий вывод, что межконфессиональная и межнациональная обстановка во Владивостоке в настоящее время является достаточно спокойной и толерантной.

## Проект 7. КЛУБ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ВВГУ (ВГУЭС) (формат S2B student to business)

**О.В. Недолужко**

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

### 7.1. Паспорт проекта

Название проекта	Клуб молодых предпринимателей ВВГУ (формат S2B – student to business)
Срок реализации проекта	01.03.2021-08.06.2021
Тип заказчика	Внутренний заказчик
Заказчик	Ю.В. Разумова – д-р экон. наук, профессор, заместитель проректора по учебной и научно-исследовательской работе
Руководитель проекта	О.В. Недолужко – канд. экон. наук., доцент, доцент кафедры экономики и управления
Количество студентов	10
Направления подготовки	– 38.03.01 Экономика; –38.03.02 Менеджмент
Критерии отбора студентов	Инициативные самостоятельные студенты с навыками проведения самостоятельных исследований и контент-анализа
Роль студентов в проекте (виды деятельности)	Подготовка концепции клуба поддержки молодых предпринимателей в студенческой среде: формулирование бизнес-идеи, миссии, цели и задач проекта; формирование пула студентов-участников клуба; разработка контент-плана мероприятий клуба
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Проблема проекта	Отсутствие сформированной инфраструктуры поддержки молодых предпринимателей в студенческой среде, не позволяющее использовать в полной мере предпринимательский потенциал студентов
Цель проекта	Подготовить концепцию создания клуба поддержки молодых предпринимателей в студенческой среде

Планируемые результаты проекта	Подготовленная концепция клуба поддержки молодых предпринимателей в студенческой среде; сформированный пул студентов-участников клуба; проведенные мероприятия в рамках начала функционирования клуба
Требования к результатам	Полученные результаты должны обеспечивать функционирование клуба молодых предпринимателей в студенческой среде, преобладание и поддержку идеи бизнес-клуба для будущих поколений студентов
Формат представления результатов	Презентация PowerPoint, документ Microsoft Word
Описание изменений в проблемной ситуации	Организация поддержки молодых предпринимателей в студенческой среде на уровне Владивостокского государственного университета экономики и сервиса

## 7.2. Комментарий к проекту

В период с 01.03.2021 г. по 08.06.2021 г. группой студентов кафедры экономики и управления ВВГУ, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика и 38.03.02 Менеджмент под руководством кандидата экономических наук, доцента кафедры экономики и управления, был реализован проект «Клуб молодых предпринимателей ВВГУ (формат S2B student to business)». Проект был реализован по внутреннему заказу Ю.В. Разумовой, д-ра экон. наук, доцента, заместителя проректора по учебной и научно-исследовательской работе ВВГУ.

Основной проблемой, на решение которой был направлен проект, являлось отсутствие сформированной инфраструктуры поддержки молодых предпринимателей в студенческой среде, не позволяющее использовать в полной мере предпринимательский потенциал студентов.

Идея проекта заключалась в формировании первоначальных навыков создания своего дела (бизнеса) у студентов путем проведения мероприятий с людьми, которые уже имеют опыт предпринимательской деятельности и готовы им поделиться.

Целью проекта являлась подготовка концепции создания клуба поддержки молодых предпринимателей в студенческой среде.

Задачи, поставленные для достижения цели проекта, включали в себя:

- формирование положительного образа предпринимателя в молодежной среде;
- развитие у студентов лидерских навыков, умений работать в самостоятельно созданной команде, а также практических умений деловой коммуникации;
- развитие предпринимательского мышления у участников;

- формирование центра базовых предпринимательских компетенций для развития студенческих коммерческих проектов;
- обучение основам открытия и эффективного ведения бизнеса.

Общий подход к организации работы по проекту предполагал формирование двух инициативных групп студентов, одна из которых должна была отвечать за разработку всех необходимых документов, регламентирующих функционирование клуба (положение о центре развития предпринимательства), контент-план проектных мероприятий, проект критериев отбора инвестиционных проектов. Вторая группа отвечала за организацию и проведение мероприятий. Распределение по группам не являлось фиксированным и могло корректироваться в зависимости от индивидуальных предпочтений каждого студента в отношении проводимых мероприятий.

В качестве стейкхолдеров проекта можно выделить две основные группы – внутренних и внешних стейкхолдеров. К первой группе относятся внутренние стейкхолдеры, включающие в себя персонал ВВГУ и обучающихся в университете – студентов, абитуриентов, выпускников. Вторая группа – внешние стейкхолдеры, к которым относятся государство, работодатели, региональное сообщество, СМИ и т.д.

Структурная декомпозиция работ по проекту предполагала выделение трех видов работ – подготовку документов, необходимых для работы клуба, организацию мероприятий и встреч и проведение консультаций, направленных на повышение предпринимательской грамотности студентов.

На начальном этапе было проведено организационное собрание, на котором была определена последовательность действий в рамках работы над проектом, распределены обязанности студентов. Студенты провели анализ деятельности уже функционирующих аналогичных клубов, была разработана эмблема клуба поддержки предпринимателей. Работу над информированием о предстоящих мероприятиях и освещением деятельности клуба в соцсетях существенно упростило наличие неформальных коммуникаций руководителя со студентами Высшей школы телевидения, которые согласились помочь также и с созданием информационных видеороликов – видеозаписей проводимых мероприятий.

За полгода реализации проекта ребятами с руководителем было организовано и проведено четыре мероприятия. Первое из них называлось «Индивидуальные предприниматели и самозанятые» и предполагало проведение встречи со студентами, у которых уже на тот момент был опыт предпринимательской деятельности. Екатерина Робканова рассказала об особенностях организации бизнеса в сфере визажа, Леонид Палатовский поделился опытом в сфере торговли пищевыми продуктами.

Второе мероприятие предполагало организацию встречи с представителями банка «Открытие», которые раскрыли специфику инвестиций и

рынка ценных бумаг: что это такое, как устроен этот рынок, в чем его актуальность и как эти знания применяются в предпринимательской деятельности.

Темой третьего мероприятия являлась туристическая индустрия. В качестве первого приглашенного спикера выступила И.С. Михина, директор ООО «ВВГУ ТРЭВЕЛ», рассказавшая о подводных камнях работы в этой сфере и о проблемах, с которыми столкнулся туризм во время пандемии. Вторым приглашенным спикером стал студент Павел Арнаут, менеджер по работе с клиентами ООО «ЗАПОВЕДНАЯ ДОЛИНА», организующего туристические поездки на мараловую ферму. Данная компания является семейным бизнесом отца Павла, и предполагается, что он будет развивать его.

В рамках четвертого мероприятия выступали спикеры – представители малого, среднего и крупного бизнеса в сфере транспорта и логистики. Первый спикер – Г.В. Носке, собственник бренда «Китай-Сервис» (транспортно-логистические услуги в Китае для малого и среднего бизнеса). Второй спикер – В.А. Сокуренок, исполнительный директор ООО «Первая региональная компания «Восток», канд. экон. наук, доцент кафедры международного маркетинга и торговли ВВГУ.

Несомненным достоинством проекта являлась его практикоориентированность, поскольку при наличии достаточно интересных и ярких идей студенты сталкиваются с рядом затруднений, вызванных отсутствием необходимого опыта и знаний, в том числе о действующей нормативно-правовой базе, существующих налоговых режимах, программах поддержки и льготах со стороны государства. Можно также отметить максимальную вовлеченность студентов в процесс организации мероприятий.

Студенты каждой из групп получили достаточно ценные образовательные результаты, как общие, так и специфические для каждой группы. Представители первой группы получили навыки сбора и анализа информации для создания документационного обеспечения по деятельности клуба, научились работать с графическим инструментарием для разработки логотипа клуба, получили навыки создания и работы с телеграм-каналом. Представители второй группы приобрели навыки организации мероприятий, взаимодействия с участниками мероприятий, а также навыки сбора и анализа информации для подготовки и проведения мероприятий. Общие образовательные результаты по проекту включают в себя приобретение навыков работы в команде, распределения обязанностей и ответственности, а также освоение навыков подготовки презентаций по проделанной работе.

Результаты для внутреннего заказчика, полученные по проекту, включали в себя:

- 1) разработанный и согласованный с заказчиком проект положения о клубе поддержки предпринимателей;



2) разработанный и согласованный с заказчиком контент-план проектных мероприятий;

3) организацию и проведение четырех тематических мероприятий, направленных на информирование студентов и всех заинтересованных лиц о специфике предпринимательской деятельности в различных сферах;

4) разработанный и утвержденный проект критериев отбора инвестиционных проектов.

В целом проект можно считать успешным, однако можно выделить и ряд ключевых проблем.

Первой из них является проблема поиска спикеров для организации встреч. Руководитель проекта сталкивался с необходимостью задействования личных связей, которые в условиях функционирования на постоянной основе могут быть достаточно быстро исчерпаны.

Вторая проблема – малый охват целевой аудитории. Общее количество ребят, посетивших каждое мероприятие, не превышало 50 человек, чего явно недостаточно для распространения информации о специфике предпринимательской деятельности и организации своего бизнеса в масштабах вуза.

Третья проблема – это проблема преемственности. Поскольку период обучения студентов бакалавриата составляет 4 года, и в проектной деятельности, как правило, оказываются задействованными студенты второго-третьего курсов, получается, что, приобретя некоторый опыт участия в работе клуба поддержки предпринимателей, студенты покидают его, и возникает необходимость заново посвящать в детали его работы их преемников. В любом случае, для эффективной работы клуба необходимо наличие «ядра», включающего в себя компетентных специалистов в данной области.

С точки зрения руководителя проекта, для дальнейшего эффективного функционирования и поддержки деятельности клуба необходима его финансовая поддержка со стороны вуза. В частности, необходимо выделение определенного объема денежных средств на заработную плату специалистов, которые работали бы на постоянной основе и осуществляли на регулярной основе консультирование и поддержку студентов, задействованных в деятельности клуба. Кроме того, в качестве одной из целей деятельности клуба было заявлено обеспечение, хотя бы на частичной основе, студенческих стартапов. В данном направлении на период реализации проекта никаких действий не предпринималось по причине отсутствия финансирования, однако в перспективе с учетом наличия разработанного критерия отбора студенческих проектов это направление также может быть реализовано.

Таким образом, проект может оцениваться как перспективный и подлежит дальнейшей реализации при условии выполнения необходимых требований в части инфраструктурной поддержки.

## Проект 8. ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ПРОЕКТА «СОСТАВЛЕНИЕ ПОРТРЕТА ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП КЛИЕНТОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ»

**Е.А. Нига́й**

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

### 8.1. Паспорт проекта «Составление портрета клиентов кафе быстрого питания ООО «Барс»

Сведения о проекте	
Тип проекта	Исследовательский
Описание проблемной ситуации (как есть)	Отсутствие четкого описания профиля обслуживаемых покупательских сегментов
Цель проекта	Выявление ключевых сегментов клиентов кафе быстрого питания ООО «Барс»
Сроки реализации проекта	17.02.2020 – 27.06.2020
Планируемые результаты проекта	Определение ключевых сегментов клиентов кафе быстрого питания ООО «Барс» и их описание
Требования к результату	Обоснованность результатов
Формат представления результатов, который подлежит оценке	Аналитический отчет-презентация
Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки	Анализ чеков. Проведение опроса клиентов (при необходимости). Сегментирование клиентов. Описание профиля сегментов. Определение стратегий работы с сегментами

### 8.2. Комментарий к проекту

Реализация проектной деятельности в рамках образовательного процесса предполагает с одной стороны – получение образовательных результатов участниками команды (в виде сформированных компетенций по тематике проекта и в сфере проектной деятельности), с другой стороны – решение проблемы заказчика, обозначенной в проекте.

Процесс поиска и подбора заказчика в проекты образовательной организации может осуществляться следующими способами:

1. Проектная инициатива со стороны заказчика.
2. Проектная инициатива со стороны студента.
3. Проектная инициатива со стороны преподавателя.

Независимо от способа выбор проблематики проекта предполагает совпадение интересов каждой из сторон. Для заказчика интерес реализации проекта состоит в решении определенной бизнес-проблемы: оптимизация и совершенствование бизнес-процессов [19]. Для студента – приобретение знаний, опыта и формирование навыков. Для преподавателя – усиление практической составляющей учебной работы со студентами.

Выбор тематики описываемого проекта обусловлен инициативой преподавателя, при этом в проекте совпали интересы всех участников [20].

Осуществление проектной работы требует тесного взаимодействия с заказчиком по вопросам:

- цели и задачи проекта;
- проблемы, которую решает проектная команда;
- этапы реализации проекта;
- требуемые результаты;
- сроки реализации как по проекту в целом, так и на отдельных этапах.

Успешное достижение цели проекта во многом зависит от схемы взаимодействия проектной команды с заказчиком. Обе стороны заинтересованы в положительном результате, поэтому в ходе работы важно достичь взаимопонимания и согласованности действий. Основными принципами работы с заказчиком являются [33]:

- четкая последовательность этапов реализации, которую необходимо определить и утвердить в начале проектной работы;
- скорость и оперативность действий, которые предполагают своевременное реагирование и быстрое принятие совместных решений участниками проекта;
- обратная связь – важно организовать доступные каналы связи, обеспечивающие эффективные коммуникации всех участников проекта.

Основной проблемой, с которой, как правило, сталкиваются руководители проектной деятельности, является сложность увязывания интересов и целей всех сторон-участниц проекта. В рамках проектной работы в 2019 г. был реализован исследовательский проект на тему: «Составление портрета клиентов кафе быстрого питания ООО «БАРС»

в г. Владивостоке». Интерес к этому проекту обусловлен тем, что именно эта проектная работа совпала с началом пандемии COVID-19, вследствие чего пришлось полностью пересматривать проблематику проекта уже в ходе его реализации.

Заказчиком проекта выступило ООО «БАРС», место регистрации Сахалинская область г. Долинск. Фактическое расположение: Приморский край, г. Владивосток. Основной вид деятельности: деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания.

ООО «БАРС» представляет собой сеть кафе-операторов фуд-кортов торговых центров.

Сеть включает в себя:

- кафе «Осетия», г. Южно-Сахалинск, ТЦ «Сити Молл»;
- кафе осетинской кухни «Ирон Кабис», г. Хабаровск, КТ «Дружба»;
- кафе «Осетия», г. Владивосток, ТЦ «Центральный»;
- кафе-фастфуд «Hungry Birds», г. Владивосток, ТЦ «Центральный».

Схема взаимодействия команды проекта с заказчиком представлена на рис. 8.1. Она предполагает как прямые, так и косвенные коммуникации через руководителя проекта. Наличие прямых и опосредованных связей обеспечивает скорость и гибкость коммуникаций, позволяет взаимодействовать участникам команды на всех уровнях управления проектной работой.

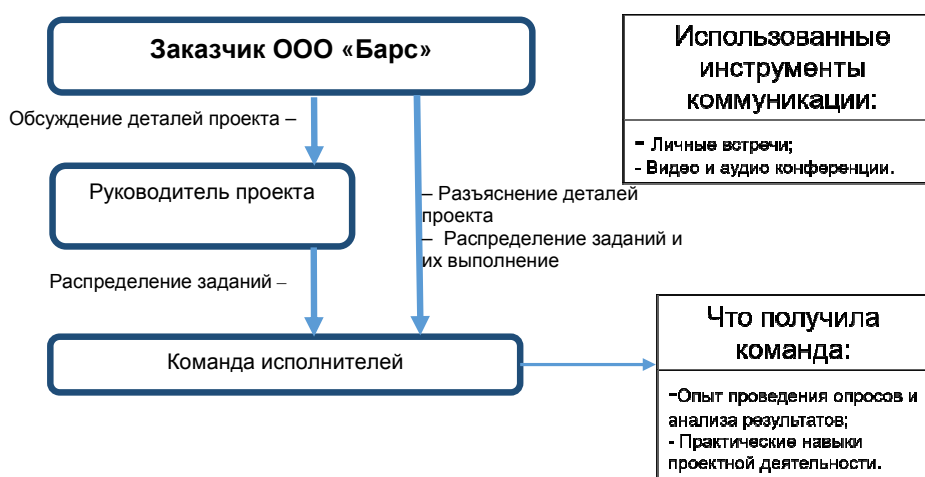


Рис. 8.1. Организация взаимодействия команды проекта с заказчиком

На рисунке 8.2 представлена логика реализации проектной работы, характеризующая ключевые целевые установки каждой из сторон-участниц проекта.



Рис. 8.2. Логика реализации проектной работы

Отметим, что за каждым участником проекта закреплено персональное проектное поле деятельности: каждый преследует индивидуальную цель, выполняет определенные функции, а также получает выигрыш от совместной проектной деятельности в виде достижения полезного результата. При этом общая цель реализации проекта объединяет индивидуальные цели каждого из участников.

Цель проекта заключалась в сегментировании рынка и составлении полной портретной характеристики реальных и потенциальных посетителей кафе «Hungry Birds» (ООО «БАРС»), в г. Владивосток.

Исследование и составление портрета клиентов проводилось для кафе-фастфуд «Hungry Birds». Кафе специализируется на производстве и реализации блюд традиционного азиатского стрит-фуда, а также свежих морепродуктов.

На рисунке 8.3 представлена декомпозиция проблемы, на решение которой был направлен проект.

Проблема проекта заключалась в отсутствии четко сформулированного представления о целевом рынке кафе «Hungry Birds». Как следствие, руководство кафе не имело четкого понимания вкусовых предпочтений посетителей, в ассортименте предлагаемых блюд отсутствовала ориентированность на запросы целевых групп покупателей. Ситуация усугублялась присутствием сильных конкурентов на данном рынке, а также нестабильными внешними условиями рынка в связи с пандемией COVID-19.



Рис. 8.3. Декомпозиция проблемы, на решение которой направлен проект

Ожидаемые положительные стороны реализации проекта:

- увеличение посещаемости кафе;
- наличие постоянных клиентов кафе среди жителей города;
- появление стабильного меню, нацеленного на предпочтения клиента;
- наличие постоянных поставщиков, удовлетворяющих требованиям кафе;
- развитие новых направлений деятельности, отвечающих параметрам неустойчивой конъюнктуры рынка в условиях COVID-19.

Для достижения цели проекта был проведен опрос посетителей кафе, по результатам которого выделены ключевые сегменты и дано их описание. В результате выделено 5 ключевых сегментов, описание которых представлено в табл. 8.1–8.5.

Таблица 8.1

**Сегмент 1. Семьи с детьми (20% от общего объем сегментов)**

Показатели	Критерии	Описание
Социально-демографические характеристики	Пол	М – 40%, Ж – 60%
	Возраст	Дети до 12 лет; Взрослые от 30 до 45
	Уровень дохода	20 000 – 50 000 руб
	Сфера деятельности	Офисный служащий, работник на производстве, домохозяйка

Окончание табл. 8.1

Показатели	Критерии	Описание
Покупательские характеристики	Средний размер заказа	300–500 руб. на человека
	Частота посещения кафе	Реже 1 раза в неделю
	Повод для визита кафе	Семейный отдых, отдых после шоппинга
	Значимые параметры выбора кафе	Вкус и качество, доступная цена, уникальное меню
	Предпочитаемые блюда	Пельмени, курица, лапша
	Источники информации при выборе кафе	Отзывы друзей, листовки, Instagram

По данным опроса посетителей, большую часть клиентов составляют мужчины – 60%, женщины – 40%. Основной возраст клиентов – 20–45 лет. Посетители до 20 и 45 и старше посещают кафе значительно реже. Их основной чек составляет сумму от 300 до 1000 рублей, 23,2% суммарно составляют клиенты, совершающие покупки до 300 рублей, либо больше 1000 на человека.

Таблица 8.2

### Сегмент 2. Студенты (15% от общего объема сегментов)

Показатели	Критерии	Описание
Социально-демографические характеристики	Пол	М – 30%, Ж – 70%
	Возраст	От 16 до 25
	Уровень дохода	До 10 000 руб. в месяц
	Сфера деятельности	Студент
Покупательские характеристики	Средний размер заказа	300-500 руб. на человека
	Частота посещения кафе	1 раз в неделю
	Повод для визита кафе	Отдых после шоппинга, встреча с друзьями

Окончание табл. 8.2

Показатели	Критерии	Описание
	Значимые параметры выбора кафе	Вкус и качество, доступная цена, уникальное меню
	Предпочитаемые блюда	Пельмени, курица, лапша
	Источники информации при выборе кафе	Отзывы друзей, листовки, Instagram

Люди, с доходами 10 000–50 000 рублей в месяц составляют суммарно 90% клиентов. По 5% разделили между собой клиенты с достатком от 50 000–100 000 рублей и выше 100 000 рублей на человека в месяц.

Так как заведения находятся в торговых центрах, основную часть клиентов составляют офисные служащие и рабочие на производстве. Студенты, домохозяйки, пенсионеры, туристы и предприниматели посещают кафе значительно реже.

Таблица 8.3

**Сегмент 3. Сотрудники ТЦ (15% от общего объема сегментов)**

Показатели	Критерии	Описание
Социально-демографические характеристики	Пол	М – 35%, Ж – 65%
	Возраст	от 18 до 45
	Уровень дохода	До 50 000 руб. в месяц
	Сфера деятельности	Сотрудники ТЦ
Покупательские характеристики	Средний размер заказа	300-500 руб. на человека
	Частота посещения кафе	2–3 раза в неделю
	Повод для визита кафе	Обеденный перерыв на работе, встреча с друзьями
	Значимые параметры выбора кафе	Вкус и качество, доступная цена, скорость обслуживания
	Предпочитаемые блюда	Завтраки, пельмени, курица, лапша, супы
	Источники информации при выборе кафе	Сайт кафе, листовки, Instagram, случайно зашёл



По 25 % разделили между собой посетители, приходящие в кафе каждый день, один раз и реже раза в неделю. Немного большую часть – 28 % опрошенных, посещают это место 2–3 раза в неделю.

Таблица 8.4

#### Сегмент 4. Туристы (30 % от общего объема сегментов)

Показатели	Критерии	Описание
Социально-демографические характеристики	Пол	М – 45 %, Ж – 55 %
	Возраст	от 16 до 60
	Уровень дохода	До 100 000 руб. в месяц
	Сфера деятельности	Турист
Покупательские характеристики	Средний размер заказа	500–1000 руб. на человека
	Частота посещения кафе	Реже 1 раза в неделю
	Повод для визита кафе	Отдых после шоппинга, семейный отдых, туристический интерес, проходил мимо/гулял
	Значимые параметры выбора кафе	Вкус и качество, доступная цена, уникальное меню, разнообразный ассортимент
	Предпочитаемые блюда	Пельмени, курица, морепродукты, напитки
	Источники информации при выборе кафе	Листовки, информация на сайте VL.ru, Instagram

35 % клиентов узнали о кафе благодаря Инстаграм. Нужно развивать рекламу в социальных сетях, т.к. это является основным источником информации. Также довольно эффективны листовки с рекламой. Сайт VL.ru, сайт кафе и отзывы друзей влияют на посещение меньше. Семейный отдых и обеденный перерыв на работе – основные поводы для посещения кафе. Остальные посетители приходят в основном для деловых встреч и встреч с друзьями, отдыха после шоппинга и посещения мероприятий.

Основным критерием посещения кафе является уникальность меню. Доступная цена и система лояльности для клиентов является вторым главным критерием большинства опрошенных. Также среди критериев выделили скорость обслуживания, качество еды и разнообразие ассортимента. Оформление и декор занимает последнее место по важности.

Самыми популярными блюдами являются завтраки, курица и пельмени, которые предпочитают большая часть клиентов. Лапша, морепродукты, супы и напитки выбирают немного реже.

Таблица 8.5

**Сегмент 5. Доставка (1+2+3 сегменты, 100 % от общего объема сегментов на момент карантина)**

Показатели	Критерии	Описание
Социально-демографические характеристики	Пол	М – 40 %, Ж – 60 %
	Возраст	от 12 лет и выше
	Уровень дохода	До 100 000 руб. в месяц
	Сфера деятельности	Любая
Покупательские характеристики	Средний размер заказа	700–1000 руб. на человека
	Частота заказа доставки	2–5 раз в месяц
	Значимые параметры выбора кафе	Вкус и качество, доступная цена, разнообразный ассортимент, скорость доставки
	Предпочитаемые блюда	Завтраки, фаст фуд, супы, лапша
	Источники информации при выборе кафе	Отзывы знакомых, информация на сайте VL.ru, Instagram

Полученные результаты легли в основу сформулированных рекомендаций, предоставленных заказчику в виде аналитического отчета по проекту. Во-первых, была уточнена стратегия охвата рынка. Она была определена как стратегия товарной специализации в сочетании с рыночной концентрацией. Во-вторых, составлено распределение портфеля ключевых клиентов в условиях изменяющейся внешней среды и под влиянием COVID-19 (рис. 8.4).

До режима самоизоляции		Во время режима самоизоляции		После режима самоизоляции	
Посетители	Направление «доставка»	Посетители	Направление «доставка»	Посетители	Направление «доставка»
- семьи - студенты - сотрудники - туристы			- семьи - студенты	- семьи - студенты - сотрудники - туристы (?)	- деловой рынок - потребительский рынок
<b>97%</b>	<b>3%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	<b>60%</b>	<b>40%</b>

Рис. 8.4. Распределение портфеля ключевых клиентов кафе

В-третьих, предложен вариант расширения услуг кафе за счет развития направления «доставка», а также выхода на рынок B2B, ранее не представленных в структуре деятельности компании. Выход на рынок

B2B предполагает реализацию услуг поставки горячих обедов в офисы, а также реализацию готовых блюд в розничные торговые сети (Реми, Фреш, Самбери, Тико и др.).

#### **Выводы**

1. Реализация проектной деятельности – сложный, комплексный процесс, требующий тщательного планирования и подготовки.

2. Эффективная проектная работа строится на принципах четкого планирования и последовательности, скорости и гибкости, а также налаженной обратной связи.

3. Коммуникации «заказчик – проектная команда» играют исключительно важную роль в достижении результата, удовлетворяющего каждого стейкхолдера проекта.

4. Каждый участник проекта выполняет определенные функции и формирует индивидуальное проектное поле, включающее цели, задачи, функции, выполняемые виды работ, ожидаемые и полученные результаты.

5. Проектная работа увязывает индивидуальные цели участников проекта с коллективными целями команды.

## Проект 9. ОЦЕНКА ОНЛАЙН-РЕПУТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

**Н.Р. Пашук**

канд. экон. наук, ст. преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

### 9.1. Паспорт проекта

Сведения о проекте	
Тип проекта	Исследовательский
Описание проблемной ситуации (как есть)	В настоящее время для эффективного ведения бизнеса компания должна обладать положительным имиджем в интернете. Важным критерием интернет-репутации компании являются отзывы о её деятельности и комментарии пользователей в аккаунтах социальных сетей предприятия. Однако, не о всех рекламных агентствах города Владивостока, которых насчитывается более 20, представлены отзывы, что порождает проблему оценки конкурентных позиций ООО "Пасифик медиа" на рынке. Расчет индексов онлайн-репутации способствует формированию рейтинга рекламных компаний города.
Цель проекта	Провести оценку онлайн-репутации рекламных агентств г. Владивостока
Сроки реализации проекта	08.02.2021 – 10.06.2022
Планируемые результаты проекта	рейтинг рекламных агентств г. Владивостока по уровню онлайн – репутации
Требования к результату	Соответствие цели проекта, достоверность.
Формат представления результатов, который подлежит оцениванию	Результаты должны быть оформлены с помощью Microsoft Word, Microsoft Excel, Power Point.
Описание изменений в проблемной ситуации (как будет)	Результаты расчетов служат основанием для оценки руководством компании своих конкурентных позиций и совершенствования стратегии управления имиджем и репутации организации

Сведения о проекте	
Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Менеджер проекта – берет на себя ответственность за оперативное управление проектом;</li> <li>2. Исследователи проекта – занимаются обзором источников по теме проекта;</li> <li>3. Оформитель – ответственен за дизайн материалов проекта, в т.ч. презентационного материала;</li> <li>4. Аналитики – обобщают данные, изучают их и делают заключения.</li> </ol>

## 9.2. Комментарий к проекту

В условиях развития практикоориентированной системы образования актуализируется необходимость реализации реальных проектов студенческими группами по заказу предпринимателей, испытывающих потребность в решении текущих задач и заинтересованных в формировании партнерских отношений с академической средой.

Одним из проектов, реализуемых на кафедре экономики и управления Владивостокского государственного университета экономики и сервиса в весеннем семестре 2021 г., являлся проект, направленный на оценку онлайн-репутации рекламных агентств г. Владивостока, заказчиком которого выступал генеральный директор предприятия, занимающегося предоставлением полного комплекса рекламных и маркетинговых услуг бизнес-сообществу Приморского края. Помимо оказания рекламных услуг данное предприятие принимает регулярное участие в реализации социально значимых мероприятий, проводимых на территории региона, таких как: организация выставочных павильонов на Восточном экономическом форуме, обустройство инфраструктуры экомаршрутов к основным достопримечательностям края и др.

В ходе проведения организационных встреч с заказчиком проекта было установлено, что основным мотивом, побуждающим предпринимателя на реализацию предлагаемого проекта, выступает его заинтересованность в сотрудничестве с университетом для подготовки высококвалифицированных кадров, и идея данного проекта является эффективным способом расширить кругозор, навыки и умения студентов.

Для обеспечения эффективной деятельности компания должна обладать положительным имиджем в интернете, важным критерием которого являются отзывы и комментарии пользователей на сайте и в аккаунтах социальных сетей предприятия, однако не о всех рекламных агентствах города Владивостока, которых насчитывается более 50, представлены отзывы, что порождает проблему оценки конкурентных позиций заказчика на рынке по данному критерию.

Оценка онлайн-репутации подразумевает расчет индексов на базе информации, представленной о деятельности компании в сети Интернет, которые являются основой для формирования рейтинга. Полученные результаты послужат базой для анализа руководством своих конкурентных позиций и совершенствования стратегии управления имиджем и репутацией организации.

Для осуществления поэтапного планирования работ был использован комплекс проектного инструментария, включающий: матрицу стейкхолдеров, иерархическую структуру работ, диаграмму Ганта и матрицу ответственности.

В первую очередь, после согласования с заказчиком цели и основных требований к продуктовому результату для определения значимости реализуемого проекта был проведен анализ основных стейкхолдеров, исходя из их сферы интересов, представленный в виде матрицы (табл. 9.1).

Таблица 9.1

### Матрица стейкхолдеров проекта

Стейкхолдеры	Сфера интересов						
	Образовательная	Финансовая	Престиж и репутация	Качество услуг	Определение конкурентных позиций	Стратегическое развитие	Аналитическая
Заказчик		•	•	•	•	•	•
Конкуренты			•		•		•
Покупатели и заказчики		•	•	•			
Поставщики		•	•			•	
СМИ			•	•			•
Органы статистики							•
Проектная команда	•						
Кафедра, университет	•		•				

Очевидно, что наиболее заинтересованным лицом в результатах проекта является заказчик и его прямые конкуренты, по которым также была произведена оценка онлайн-репутации, включающая несколько основных этапов:

- 1) формирование информационной базы по расчету онлайн репутации;
- 2) анализ основных конкурентов;
- 3) расчет индексов онлайн-репутации;
- 4) составление рейтинга рекламных агентств по индексу онлайн-репутации.

Каждая задача была разбита на две подзадачи и визуализирована с применением иерархической структуры работ (рис. 9.1).



Рис. 9.1. Иерархическая структура работ по проекту

Выполнение каждой задачи осуществлялось в четко спланированные сроки, определенные на этапе подготовки к реализации проекта с помощью инструментария – диаграммы Ганта (рис. 9.2).

Реализацией данного проекта занимались студенты второго курса, обучающиеся по направлению «менеджмент», при этом наиболее важным фактором эффективного планирования работ являлось оптимальное распределение задач между всеми участниками команды в соответствии с их навыками и интересами (табл. 9.2).





В представленной матрице ответственности были использованы следующие обозначения выполняемых студентами функций, где: ПИ означает поиск информации; ВЗ – выявление значений; ФП – формирование понятий; А – анализ; СТ – составление таблицы; ПЗ – поиск значений; РИ – расчет индекса; В – вывод. Данные функции были предложены менеджером проекта, в роли которого выступал наиболее инициативный и ответственный участник проектной команды.

На первоначальном этапе работы студентам необходимо было ознакомиться с теоретической базой о реализации проектов, деятельностью организации-заказчика и методикой расчета индексов онлайн-репутации, являющейся основой эффективности достижения планируемых результатов.

На следующем этапе проводился анализ конкурентов в сфере оказания рекламных услуг на предмет их экономической активности, при этом отбирались только те рекламные агентства, которые фактически осуществляют деятельность на рынке.

Затем студентами был подготовлен перечень возможных поисковых запросов о деятельности выбранных рекламных агентств. Необходимо отметить, что помимо названия рекламного агентства наиболее распространенными являются запросы, сочетающие название предприятия и наименование города «Владивосток», также возможны вариации запросов на русском и английском языках.

Затем с использованием сервиса Яндекс.Wordstat [40] осуществлялось определение значений, отражающих популярность выбранных поисковых запросов. Однако, кроме популярности, необходимо было проанализировать их корректность, т.к. многие наименования организаций без привязки к виду деятельности или городу могут быть двусмысленными и отражать другое значение. При этом, если поисковый запрос отражает только название рекламного агентства, и данное название встречается у других предприятий, в том числе и за пределами г. Владивостока, данный запрос учитывался в расчетах, т.к. негативная онлайн-репутация компании, имеющей схожее название, может отрицательно повлиять на репутацию анализируемой организации.

На следующем этапе производился расчет индексов онлайн-репутации в соответствии с отобранными поисковыми запросами, под которыми понимается показатель, отражающий вероятность формирования случайным пользователем интернета положительного или отрицательного образа о рекламном агентстве, который варьируется от  $-100$  до  $+100$ .

Расчет индекса онлайн-репутации заключается в определении долей положительных, нейтральных и отрицательных упоминаний об организации в поисковых системах и анализе полученной статистики. Каждый из определенных ранее поисковых запросов был введен в поисковую строку Яндекс. Затем производился подсчет положительного и отрицательного

контента по каждой фразе на каждой найденной странице, и определялась «тональность» каждого результата, результаты заносились в таблицы (табл. 9.3).

Таблица 9.3

**Пример сводной таблицы по расчету индекса онлайн-репутации**

Позиция результата $n$ в выдаче поисковой системы $S$	Оценка тональности результата «поисковой запрос»				Вероятность перехода пользователей на страницу с результатом поиска $P_n(S_n)$ , %	Значения по отдельному запросу, %
	Всего упоминаний объекта $A$ на найденной странице (положит., отрицательных, нейтральных)	Количество положительных упоминаний объекта $A$ на найденной странице	Количество отрицательных упоминаний объекта $A$ на найденной странице	Тональность найденной страницы -100 % ... +100 %		
1	9	7	1	67	26,90	17,93
2	3	0	0	0	17,10	0
3	1	0	0	0	14,90	0
4	6	0	1	-17	8,90	-1
5	10	3	0	30	7,10	2
6	9	2	0	22	4,70	1
7	5	1	0	20	5,60	1
8	4	0	0	0	5,10	0
9	5	2	0	40	4,70	2
10	10	3	1	20	4,70	1
Значение индекса по анализируемому запросу						23,56

Следом рассчитывался индекс репутации конкретного поискового запроса по формуле:

$$E(x) = \sum_{i=1}^n T_i \cdot P_i, \quad (9.1)$$

где  $E(x)$  – индекс репутации поискового запроса;

$T$  – тональность страницы;

$P$  – вероятность перехода (клика) пользователя поисковой системы на результат поиска, заданная методикой.

В процессе проведения оценки онлайн-репутации рекламных агентств г. Владивостока были использованы следующие инструменты проекта: средства дистанционной коммуникации – WhatsApp, VKontakte, Google Meet; средства обработки информации – Microsoft Office, Word, Excel; средства визуализации – PowerPoint, Google презентации.

По итогам выполнения проектных задач студентами были рассчитаны индексы онлайн-репутации по 57 рекламным агентствам г. Владивостока, в соответствии с которыми был составлен итоговый рейтинг компаний по убыванию значения их индекса.

В ходе реализации проекта студентами были получены следующие образовательные результаты:

- умение четко планировать необходимые для достижения цели задачи;
- формирование компетенций по организации коллективной работы в проектных группах;
- умение формулировать поисковый запрос и систематизировать найденную в интернете информацию;
- навыки пользования проектным инструментарием и программными средствами для расчетов и обработки полученных результатов.

Взаимодействие студенческого сообщества с бизнес-средой способствует росту мотивации обучающихся к образовательной деятельности и формирует конкретное представление о будущей профессии. Данное сотрудничество также положительно влияет на компетентность профессорско-преподавательского состава, выступающего в роли руководителей, что выражается в обновлении образовательных программ в соответствии с реальными потребностями предпринимателей.

## Проект 10. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ КАФЕ В БАТУТНОМ ПАРКЕ «JUMP TOWN» (формат S2B student to business))

**Ю.В. Балдина**

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

### 10.1. Паспорт проекта

Название проекта	«Разработка концепции кафе в батутном парке «JUMP TOWN» (формат S2B student to business)
Срок реализации проекта	08.02.2021–13.06.2021
Тип заказчика	Внешний заказчик
Заказчик	ООО «ПЛЕКС». Генеральный директор Рошин П.В.
Руководитель проекта	Ю.В. Балдина – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления
Количество студентов	7
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент, Управление малым бизнесом
Критерии отбора студентов	Инициативные самостоятельные студенты с навыками проведения самостоятельных исследований и контент-анализа
Роль студентов в проекте (виды деятельности)	Проведение анкетирования. Обработка результатов. Разработка и предложение конкретных вариантов по концепции кафе. Выполнение презентаций на контрольные точки
Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Проблема проекта	Заключается в отсутствии понимания целевой аудитории и концептуального наполнения кафе для целевых потребителей в батутном парке «Jump Town»
Цель проекта	Разработать концепцию кафе в батутном парке «Jump Town»
Планируемые результаты проекта	Выявить целевую аудиторию. Провести анкетирование потенциальных и существующих потребителей услуги. Разработать концепцию кафе
Требования к результатам	Полученные результаты должны быть актуальными, результаты анкетирования соответствовать цели проекта. Разработанная концепция кафе, название, перспективы должны быть понятны и соответствовать запросам заказчика

Формат представления результатов	Презентация PowerPoint, документ Microsoft Word
Описание изменений в проблемной ситуации	Организация поддержки молодых предпринимателей в студенческой среде на уровне Владивостокского государственного университета экономики и сервиса

## 10.2. Комментарий к проекту

В период с 08.02.2021 г. по 13.06.2021 г. группой студентов кафедры экономики и управления ВВГУ, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент под руководством кандидата экономических наук, доцента кафедры экономики и управления был реализован проект «Разработка концепции кафе в батутном парке «JUMP TOWN» (формат S2B student to business).

Проект был реализован по внешнему заказу П.В. Рощина, генерального директора ООО «ПЛЕКС».

Основной проблемой, на решение которой был направлен проект, являлось отсутствие сформированной инфраструктуры поддержки молодых предпринимателей в студенческой среде, не позволяющее использовать в полной мере предпринимательский потенциал студентов.

Основная идея проекта была направлена на формировании интереса и первоначальных предпринимательских навыков у студентов посредством совместной работы с действующими предпринимателями, которые готовы поручить начинающим предпринимателям решение практических бизнес-задач для своих компаний.

Целью проекта являлось разработать концепцию кафе в батутном парке «JUMP TOWN».

В задачи, поставленные для достижения цели проекта, входило:

- разработать анкету;
- провести опрос у потенциальных потребителей;
- выявить целевую аудиторию;
- выявить пожелания потенциальных клиентов;
- проанализировать полученные результаты;
- разработать концептуальное наполнения кафе (дизайн, интерьер);
- предложить новое название кафе.

В ходе организации работы по проекту была составлена матрица ответственности, в соответствии с которой между студентами были распределены обязанности: одна группа занималась разработкой анкеты, проведением опроса с помощью данной анкеты и обработка результатов опроса с выделением целевой аудитории; вторая группа на основании результатов опроса придумывала идеи концепции кафе, разрабатывала название кафе. Третья группа технически обрабатывала информацию и готовила ее

к представлению на защитах в виде презентаций и других документов. На каждом этапе проходило взаимодействие с заказчиком-предпринимателем для корректировки полученных результатов.

В качестве стейкхолдеров проекта можно выделить две основные группы – внутренних и внешних стейкхолдеров. К внутренним стейкхолдерам относятся команда проекта и кафедра экономики и управления. Вторая группа – это внешние стейкхолдеры, к которым относятся заказчик проекта, клиенты (потребители) и конкуренты.

Структурная декомпозиция (иерархическая структура работ по проекту) включала три вида работ:

1) подготовительные: формирование команды, анализ проблемы, определение цели и задач проекта, подготовка и составление анкеты для опроса потенциальных потребителей;

2) анализ: проведение опроса, составление характеристики целевой аудитории, анализ предпочтений потребителей;

3) внедрение: представить разработанную концепцию кафе, включая название кафе и внутреннее наполнение.

На начальном этапе было проведено организационное собрание, на котором была определена последовательность действий в рамках работы над проектом, распределены обязанности студентов, составлена матрица ответственности. Также была организована встреча с заказчиком для четкой постановки задач студентам от бизнеса. Затем студенты приступили к изучению рынка по вторичным источникам, далее была разработана анкета для опроса потенциальных потребителей. Анкета была представлена заказчику для уточнения основной цели проекта, сформулированных вопросов. После одобрения анкеты занесены в Google-форму. Далее студенты приступили к проведению опроса потенциальных потребителей посредством рассылки Google-формы анкеты через различные социальные сети.

Для опроса выделены два целевых сегмента – дети 7–14 лет и их родители.

Полученные результаты были обработаны и сделаны предварительные выводы, которые были представлены представителю заказчика. После обсуждения выводов опроса были скорректированы дальнейшие задачи.

На данном этапе была пройдена защита перед экспертами университета (преподаватели и представители бизнеса) предварительных результатов проекта на первой контрольной точке. Далее работа носила творческий характер по поиску идеи новой концепции кафе. Заказчику было представлено несколько идей с концептуальным наполнением и обоснованием, из которых он выбрал одну. Далее под выбранную идею команда придумала название кафе. Готовый проект был представлен Заказчику и одобрен им, о чем свидетельствует акт о приеме и использовании результатов проекта «Разработка концепции кафе в батутном парке «JUMP

TOWN». Затем была пройдена защита проекта на второй контрольной точке перед экспертами университета, представителями бизнеса и с участием заказчика.

Бесспорным достоинством проекта явилось его практикоориентированность, т.к. студенты зачастую имеют огромное количество бизнес-идей, но испытывают трудности с их реализацией – не хватает опыта и знаний в нормативно-правовой сфере, налоговых режимах, страх начала своего дела.

Возможность поучаствовать в решении реальных бизнес-задач позволяет студентам приобрести ценный опыт, знания и новые компетенции в предпринимательстве. Необходимо отметить максимальную заинтересованность и вовлеченность студентов в процесс решения бизнес-задач.

Кроме того, студенты получили достаточно ценные образовательные результаты, как общие, так и специфические: навыки сбора и анализа информации в рамках исследования рынка, научились работать с графическим инструментарием для разработки логотипа клуба, получили навыки работы с Google-формами для проведения опросов и обработки результатов анкет. Кроме того, получили навыки самоменеджмента, тайм-менеджмента, а также приобрели навыки работы в команде, распределения обязанностей и ответственности, освоение навыков подготовки презентаций по проделанной работе и навыки публичной защиты проекта.

Результаты для внешнего заказчика, полученные по проекту, включали в себя:

- 1) результаты опроса потенциальных потребителей, представленные в текстовом и графическом формате;
- 2) разработанная и согласованная с заказчиком концепция кафе;
- 3) разработанное и согласованное с заказчиком название кафе;
- 4) графическое изображение эмблемы (логотипа) кафе.

В целом проект можно считать успешным, однако можно выделить и ряд проблем: малый охват целевой аудитории, ограниченность во времени в связи с основной учебной нагрузкой студентов. В данном проекте участвовали студенты второго курса, которые не имели еще достаточно теоретических знаний по некоторым предметным областям, поэтому учились по ходу разработки проекта.

С точки зрения руководителя проекта, студенты успешно прошли курс разработки проекта, получили новые умения и навыки и даже стали размышлять над дальнейшей самостоятельной предпринимательской деятельностью – открыть свое дело.

Таким образом, проект может оцениваться как перспективный и может быть реализован заказчиком в рамках существующего бизнеса, либо как самостоятельный бизнес-проект.

## Проект 11. АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ РАБОТОДАТЕЛЕЙ ПО ПРОФЕССИЯМ, СВЯЗАННЫМ С ИЗУЧЕНИЕМ ДИСЦИПЛИНЫ «МУЛЬТИМЕДИА ТЕХНОЛОГИИ»

**Н.Г. Левченко**

канд. техн. наук, доцент каф. автоматических и информ. систем

*Морской государственный университет им. адм. Г.И. Невельского  
Владивосток. Россия*

**Н.А. Седова**

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

### 11.1. Паспорт проекта

Название проекта	Анализ потребностей работодателей по профессиям, связанным с изучением дисциплины «Мультимедиа технологии»
Срок реализации проекта	15.09.2021–15.01.2022
Тип заказчика	Внутренний
Заказчик	ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»
Руководитель проекта	Автор и руководитель проекта: Н.А. Седова, канд. техн. наук, кафедра ИТС Н.Г. Левченко, канд. техн. наук, доцент кафедры автоматических и информационных систем МГУ им. адм. Г.И. Невельского
Количество студентов	7
Направления подготовки	– 09.03.03 «Прикладная информатика» – 09.03.02 «Информационные системы и технологии»; – 11.03.02 «Инфокоммуникационные технологии и системы связи»
Критерии отбора студентов	Отбор осуществляется путём проведения собеседования с Руководителем проекта. Основные требования заключаются в умении анализировать текстовую информацию. Предпочтение отдаётся студентам, имеющим навыки работы в аналитической платформе с открытым кодом Knime.com или других аналитических системах.



Роль студентов в проекте (виды деятельности)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аналитик (без ограничений по числу студентов).</li> <li>2. Программист на любом языке программирования (без ограничений по числу студентов).</li> <li>3. Руководитель группы, обеспечивающий контроль за выполнением проекта и организующий подготовку к контрольным точкам по проекту</li> </ol>
Тип проекта	Исследовательский
Проблема проекта	<p>Организации вынуждены пересматривать и менять стиль и методы подбора персонала. К таким методам относятся и системы искусственного интеллекта, и методы машинного обучения и обработки больших массивов данных, в частности. Существуют разработки автоматизации процесса подбора кадров, как с учетом классических методов отбора кандидатов (анкетирование, проведение интервью, решение бизнес-кейсов, ранжирование кандидатов по заданному критерию и др.), так и с применением технологий искусственного интеллекта, осуществляющих анализ полученной информации о кандидатах на место работы.</p> <p>С другой стороны, разрабатываются алгоритмы формирования практико-ориентированных образовательных программ, основанных на компетентностном подходе, одна из целей которых выражается в способствовании повышению уровня трудоустройства выпускников, с одной стороны, а также в удовлетворении кадровых потребностей работодателей, с другой стороны. Проводятся исследования, направленные на выявление тех навыков и возможностей человеческих ресурсов, которые необходимы для решения современных инновационных задач, а также изучаются подходы по управлению персоналом, побуждающие сотрудников к приобретению и повышению этих навыков и способностей путем более целенаправленного и непрерывающегося обучения. Инновационные задачи связаны с задачами, решаемыми в настоящий момент в экономике региона, и формируются на основе заказов организаций-работодателей. Компетентностный подход является основополагающим в составе понятий в Федеральном законе № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». В указанном законе прописаны разнообразные наборы профессиональных компетенций, среди которых особое значение приобретает медиакомпетентность, особенно в век стремительно развивающейся цифровизации. В современном мире практически каждому сотруднику необходимо уметь ориентироваться в быстроменяющемся информационном пространстве, используя для получения и обработки различной информации современные информационные технологии.</p>
Цель проекта	Основная цель проекта заключается в анализе данных при поиске вакансий в городе Владивостоке на открытой специализированной интернет-площадке hh.ru при помощи аналитической платформы Knime.com, а также на основе результатов проведённого анализа в разработке рекомендаций по модер-

	низации образовательного курса «Мультимедиа технологии».
Планируемые результаты проекта	1) выборки с сайта hh.ru по г. Владивостоку для вакансий, связанных с мультимедиа технологиями; 2) анализ уровня предлагаемых заработных плат в виде распределения основных параметров по заработной плате; 3) анализ «мешка слов» по полям «Responsibility» – должностные обязанности и «Requirement» – профессиональные требования с последующей визуализацией – «облако тегов»
Требования к результатам	1) выборки берутся с сайта hh.ru при помощи запроса API в аналитической платформе с открытым кодом Knime.com, где параметр area=22, что соответствует г. Владивостоку; 2) анализ уровня предлагаемых заработных плат осуществляется в Knime.com – Views – Box Plot или «ящик с усами», который покажет распределение основных параметров по заработной плате, поля – «from», «to»: минимум, максимум, квартили 25 и 75 %, медиану; 3) анализ «мешка слов» по полям «Responsibility» – должностные обязанности и «Requirement» – профессиональные требования осуществляется в Knime.com с последующей визуализацией – «облако тегов».
Формат представления результатов	1. Табличное представление уровней зарплат согласно запросам по вакансиям, связанным с мультимедиа-технологиями. 2. Визуализация результатов анализа в виде «Облака тегов» по полям «Должностные обязанности» и «Профессиональные требования». 3. Рекомендации по модернизации рабочих программ дисциплин, связанных с мультимедиа технологиями. 4. Защита проекта на всех требуемых по проектной деятельности контрольных точках
Описание изменений в проблемной ситуации	Результаты проекта могут использоваться для периодического редактирования рабочих программ дисциплин, связанных с мультимедиа-технологиями, проводить анализ вакансий. Предлагаемый подход позволит эффективно решать вопрос, связанный с трудоустройством выпускников по специальности в нашем регионе, а еще положительно повлиять на один из основных показателей оценки деятельности вуза – «трудоустройство», в том числе и в Рейтинге вузов России по успешности трудоустройства выпускников.

## 11.2. Комментарий к проекту

*Актуальность проекта.* Поиск вакансий, впрочем, как и подбор специалистов зачастую связан с большими трудовыми затратами. От эффективности этих процессов зависит конечный результат: удовлетворенность полученным местом работы кандидата на должность, с одной стороны, и

получение работодателем необходимого специалиста с требуемой квалификацией, с другой стороны. Результаты многих исследований указывают на взаимосвязь между производительностью организации и эффективностью управления человеческими ресурсами [16, 47]. В современном мире появляются новые вызовы, с которыми вынуждены сталкиваться менеджеры по персоналу. Многие организации вынуждены пересматривать и менять стиль и методы подбора персонала [50, 48]. К таким методам относятся и системы искусственного интеллекта, и методы машинного обучения и обработки больших массивов данных, в частности [45]. Существуют разработки автоматизации процесса подбора кадров, как с учетом классических методов отбора кандидатов (анкетирование, проведение интервью, решение бизнес-кейсов, ранжирование кандидатов по заданному критерию и др.), так и с применением технологий искусственного интеллекта, осуществляющих анализ полученной информации о кандидатах на место работы [14].

С другой стороны, разрабатываются алгоритмы формирования практико-ориентированных образовательных программ, основанных на компетентностном подходе, одна из целей которых выражается в способствовании повышению уровня трудоустройства выпускников, с одной стороны, а также в удовлетворении кадровых потребностей работодателей, с другой стороны. Проводятся исследования, направленные на выявление тех навыков и возможностей человеческих ресурсов, которые необходимы для решения современных инновационных задач, а также изучаются подходы по управлению персоналом, побуждающие сотрудников к приобретению и повышению этих навыков и способностей путем более целенаправленного и непрерывающегося обучения [49]. Инновационные задачи связаны с задачами, решаемыми в настоящий момент в экономике региона, и формируются на основе заказов организаций-работодателей [26]. Компетентностный подход является основополагающим в составе понятий в Федеральном законе № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». В указанном законе прописаны разнообразные наборы профессиональных компетенций, среди которых особое значение приобретает медиакомпетентность, особенно в век стремительно развивающейся цифровизации. В современном мире практически каждому сотруднику необходимо уметь ориентироваться в быстроменяющемся информационном пространстве, используя для получения и обработки различной информации современные информационные технологии (ИТ).

В свою очередь, на протяжении всего периода обучения студентов следует информировать о том, как меняются требования к молодым специалистам у работодателей, предоставляющих вакантные места на современном рынке труда.

*Цели и задачи.* Основополагающей базой для формирования практико-ориентированной образовательной программы является перечень требований, предъявляемых к выпускникам вуза работодателями того региона, где располагается образовательная организация, в данном случае – это город Владивосток. На основе этого перечня далее формируется содержание теоретических дисциплин, содержание и места проведения учебных и производственных практик, тематика научных исследований и выпускных работ. Следовательно, необходимо исследовать потребности рынка труда, представленные в виде компетенций, востребованных на организациях-работодателях этого региона.

Институтом социально-экономических проблем народонаселения Российской академии наук выявлено, что самыми эффективными способами поиска вакансий для молодежи являются специальные сайты в Интернете [41]. Следовательно, для исследования возможно использовать данные специального сайта HeadHunter (hh.ru), представляющей собой крупнейшую платформу онлайн-рекрутинга в России, клиентами которой являются почти 1,4 млн компаний.

*Цель исследования* заключается в анализе данных при поиске вакансий в городе Владивостоке на открытой специализированной интернет площадке hh.ru при помощи аналитической платформы Knime.com, а также на основе результатов проведённого анализа в разработке рекомендаций по модернизации образовательного курса «Мультимедиа технологии».

Исходя из цели исследования, сформулированы следующие задачи:

- произвести выборку данных о вакансиях с сайта hh.ru по городу Владивостоку при помощи аналитической платформы Knime.com;
- выполнить анализ данных, полученных при помощи аналитической платформы Knime.com;
- составить и провести опрос участников процесса обучения по дисциплине «Мультимедиа технологии» с целью проверки соответствия компетенций студентов выдвинутым требованиям работодателей;
- провести рефлексию и разработать рекомендации по модернизации образовательного курса «Мультимедиа технологии» по результатам анализа.

#### **Развернутые результаты работы**

Аналитики hh.ru в период с 2020 года по первое полугодие 2021 года опубликовали первый региональный Рейтинг вузов России по критерию успешности трудоустройства выпускников более 300 учебных заведений на основе анализа 3,9 млн резюме российских соискателей с высшим образованием, искавших работу. В ТОП-100 лучших вузов страны вошли пять вузов из Владивостока, в том числе Морской государственный уни-

верситет имени адмирала Г.И. Невельского и Владивостокский государственный университет [15].

Определение круга профессий, на которые выпускник будет стараться трудоустроиться по специальности, формирование множества компетенций, предъявляемых работодателями к соискателям места работы для того чтобы сформировать запрос – задачи не из простых. И это связано не только с тем, что действующий общероссийский классификатор профессий, должностей и тарифных разрядов содержит более 8000 профессий и должностей, а число профстандартов превышает 1000, но и с тем, что обычно работодатели, впрочем, как и те, кто отправляет резюме, совсем не придерживаются наименований классификатора [27]. К тому же и результат изучения дисциплины «Мультимедиа технологии» подразумевает использование многообразия информационных инструментов и технологий при разработке таких составляющих частей мультимедийного продукта, как графика, видео-, аудио-, гипертекст, текст и т.п., следовательно, и круг профессий, в которых необходимы эти компетенции, также многообразен.

Поэтому выбор параметров вакансий, которые требуют наличия знаний и умений применения мультимедиа технологий, осуществлялся преимущественно при помощи опроса студентов и анализа существующих вакансий, опубликованных на сайте [vladivostok.hh.ru](http://vladivostok.hh.ru). Для начала на сайте [vladivostok.hh.ru](http://vladivostok.hh.ru) был организован поиск вакансий, в описании которых встречалось название должности «программист». Но это выявило следующую проблему, заключающуюся в том, что этот термин означает слишком общую профессию, при этом она не всегда имеет отношение к специфике и знаниям, относящимся именно к мультимедиа технологиям. Необходимо более точное определение критерия или ряда критериев для осуществления поиска.

Существует весьма востребованная специальность IT-Specialist, которая имеет несколько вариантов перевода на русский язык, в том числе и с сохранением английской аббревиатуры ИТ (от Information Technologies): ИТ-специалист, ИТ-специалист, специалист ИТ, специалист отдела ИТ. Также используются термины Web программист, Веб программист, Разработчик Web, Web-разработчик и т.п. Иногда может быть несколько соответствий русского перевода одному английскому наименованию должности, причем для абсолютно разных видов деятельности. Разные наименования профессии программиста приводят к тому, что претендент не может без чтения должностных обязанностей понять, в чём именно заключается его потенциальная работа.

Итак, существует множество различных профессий, которым необходимы знания, умения и навыки использования мультимедиа технологий, поэтому в рамках текущего исследования следует ограничиться несколькими профессиями, при этом по каждой необходимо выполнить следующие задачи:

1) сделать выборку с сайта hh.ru при помощи запроса API в аналитической платформе с открытым кодом Knime.com, где параметр area=22, что соответствует городу Владивостоку;

2) проанализировать по выбранным записям уровень предлагаемых заработных плат в Knime.com – Views – Box Plot или «ящик с усами», который покажет распределение основных параметров по заработной плате, поля – «from», «to»: минимум, максимум, квартили 25% и 75%, медиану;

3) сделать анализ «мешок слов» по полям «Responsibility» – должностные обязанности и «Requirement» – профессиональные требования в Knime.com с последующей визуализацией – «облако тегов».

Процесс выстраивается в Knime.com, как показано на рис. 11.1.

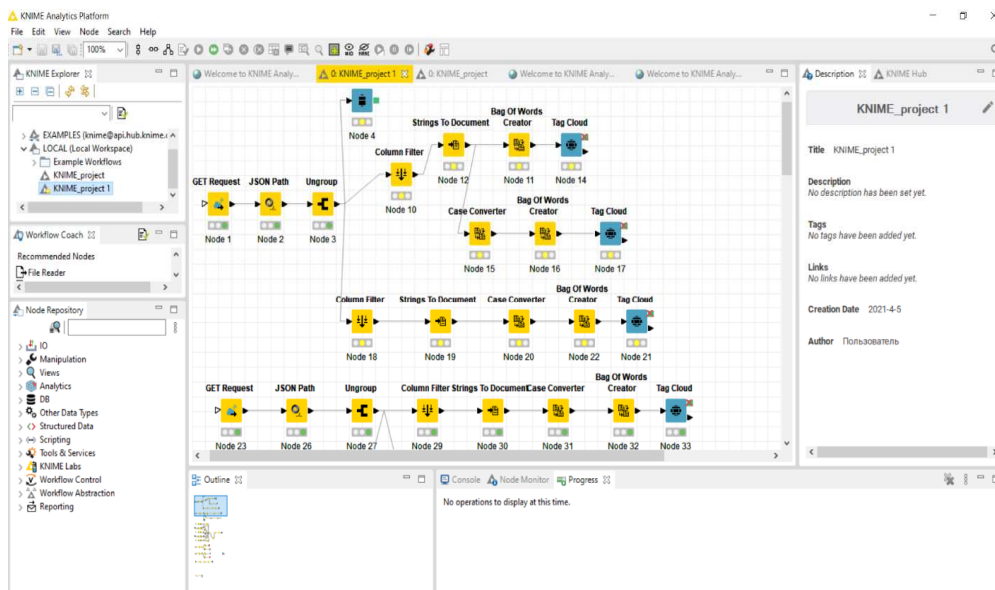


Рис. 11.1. Построение процесса в Knime.com

Итак, во-первых, реализован запрос по вакансии «web+программист+веб+разработчик» – Get Request, после этого построена таблица из файла JSON Path по определенным полям, а также проведён анализ по уровню заработных плат по полям «from» и «to» (в Knime.com – Views – Box Plot или «ящик с усами»), который показал распределение по основным параметрам (табл. 11.1).

*Таблица 11.1*



Фильтрация по полям вакансий «Responsibility» – должностные обязанности и «Requirement» – профессиональные требования и текстовый анализ требований к претендентам на вакансии и должностным обязанностям на должности IT специалист, IT разработчик и т.п. также показал, что прежде всего требуются знания, умения и опыт работы, а также необходимо обратить внимание на заинтересованность в разработке, поддержке и сопровождении сайтов, сервисов и приложений. В-третьих, осуществлён текстовый анализ рабочей программы дисциплины «Мультимедиа технологии» [18]. Результат визуализации Tag Cloud View – «Облако тегов» анализа Bag Of Words Creator – «Мешок слов» по документу приведен на рис. 11.3.

Таблица 11.2

**Анализ по уровню зарплат согласно запросу по вакансии «IT+специалист+разработчик»**

Уровень	Минимум	Максимум	Квартиль 25 %	Квартиль 75 %	Медиана
«from»	35 000	150 000	45 000	100 000	75 000
«to»	40 000	150 000	90 000	150 000	90 000



Рис. 11. 3. Tag Cloud View – «Облако тегов» по документу



Результаты анализа получились не совсем выраженные, поэтому принято решение проанализировать текст рабочей программы дисциплины [18] «вручную», а также процесс и результаты обучения по дисциплине и готовые мультимедийные продукты, разработанные студентами.

В результате были получены следующие выводы. Текстовый анализ требований и должностных обязанностей по рассмотренным выше вакансиям на сайте hh.ru показал, что цели и задачи рабочей программы дисциплины «Мультимедиа технологии» в основе своей вполне соответствуют выдвинутым требованиям будущих работодателей.

Результаты обучения по дисциплине «Мультимедиа технологии» с применением проектного подхода показали, что группы студентов, состоящие, в основном, из четырёх человек, успешно справились с разработкой и реализацией своего мультимедийного продукта. Они умело выделяли этапы реализации проекта, отчитывались о проделанной работе на определенных этапах проектной деятельности и осваивали соответствующие технологии, отрабатывали необходимые компетенции. Одним из примеров разработки и реализации мультимедийных продуктов может послужить мобильное приложение «ClearPrim», которое предоставляет возможность отмечать на карте сильно загрязненные участки Приморского края и виды этого загрязнения, привлекая к ним особое внимание. Другим примером является веб-приложение «Раздельный сбор мусора» с информацией, для чего необходим раздельный сбор мусора и как мусор сортировать, какую пользу и доход эта деятельность может принести, а также приложение включает карту мест, где принимают отсортированный мусор.

В начале и в конце учебного года был составлен и проведен опрос студентов с первого по четвёртый курсы бакалавриата основной образовательной программы 09.03.01 – Информатика и вычислительная техника, которые принимали непосредственное участие в процессе обучения по дисциплине «Мультимедиа технологии». Опрос проводился с целью отработки рефлексии, а также с целью узнать, следует ли вносить коррективы в рабочую программу дисциплины «Мультимедиа технологии». Этот опрос позволяет сделать выводы по соответствию полученных компетенций студентов требованиям работодателей.

В начале обучения в опросе приняли участие 74 человека и 50 человек после обучения, причем первый, второй и третий курс были представлены почти в равных долях, а четвертый курс – в меньшей. Первый блок вопросов касался изучения соответствующего программного обеспечения, использующегося для работы с видео, звуком, текстом, анимацией и графической информацией, а также освоения навыков применения современных информационно-коммуникационных технологий при разработке мультимедийного продукта. Второй блок вопросов относился к

обеспечению развития у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций, принятия решений, лидерских качеств. В третьем блоке вопросы были направлены на отработку рефлексии. В четвертом блоке вопросы относились к применению полученных компетенций в будущей профессиональной деятельности и выражению пожеланий по усовершенствованию реализации образовательной дисциплины «Мультимедиа технологии».

Например, среди вопросов первого блока был вопрос об изучении соответствующего программного обеспечения для работы с изображениями, результаты опроса показали, что студентами освоены навыки работы с Adobe Photoshop (84 % от числа респондентов) и Adobe Illustrator (58 %), с анимированным изображением – Adobe Photoshop (44 %), Adobe Animate (36 %), Autodesk 3Ds MAX (22 %), Autodesk Maya (32 %). Следует отметить, что респондентам часто разрешалось выбирать несколько вариантов ответов на заданные вопросы. Для прототипирования студенты в основном выбирали работу в Figma (52 %) и Adobe XD (44 %). Подавляющее большинство обучающихся для работы с видео и звуком использовали Adobe Premier Pro (58 %) и Adobe Audition (30 %), для разработки презентаций применяли PowerPoint (86 %).

Ответы на второй блок вопросов показали, что работа в команде большинству студентов понравилась. Но в то же время оказалось, что для них реализация готового мультимедийного продукта как результата проектной деятельности и совместная работа в команде – это не очень связанные между собой вещи. Большинству студентов не понравились разногласия в группе, которые им пришлось преодолевать, а также незаинтересованность некоторых участников в реализации проектной деятельности именно как участника команды. Есть небольшой процент (4 %) тех участников, кому вообще не понравилось работать в команде (рис. 11.4).

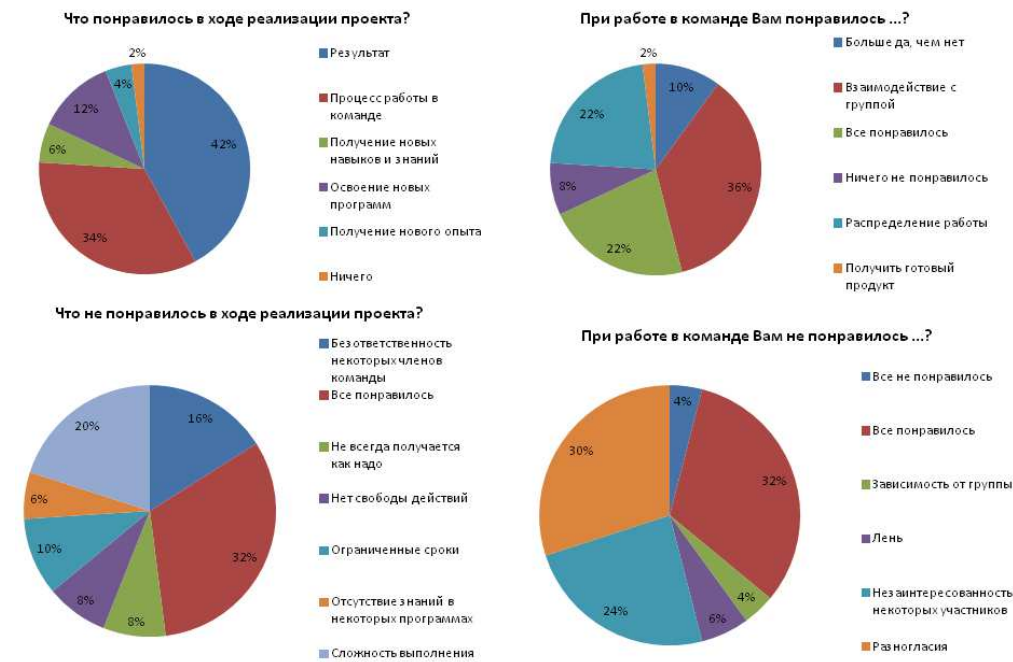


Рис. 11.4. Вопросы и ответы (блоки 2 и 3)

Анализ ответов третьего блока вопросов ясно дает понять, что большинство респондентов предпочитают разрабатывать игровое мобильное приложение (77%). Также студентам понравилось, что в ходе реализации проектного подхода при изучении дисциплины «Мультимедиа технологии», работая совместно в команде, несмотря на сложность задания, наличие разногласий в команде и т.д., они не только приобрели новый опыт, новые знания и навыки, освоили новые информационные технологии и программное обеспечение, но и разработали завершённый мультимедийный продукт.

Анализ ответов на вопросы четвёртого блока показал преобладающее одобрение респондентами проектного подхода и уверенность в необходимости и значимости приобретенных компетенций (88% от числа респондентов). В результате опроса были выявлены пожелания по усовершенствованию реализации образовательной дисциплины «Мультимедиа технологии», которые заключаются в необходимости создания обучающего материала по работе с программным обеспечением, а также в необходимости давать командам больше возможностей для реализации проектов.

Итак, опрос студентов по процессу обучения по дисциплине «Мультимедиа технологии» и рассмотренные готовые мультимедийные продукты, разработанные студентами, вполне соответствуют текстовому анализу требований и должностных обязанностей по рассмотренным выше вакансиям на сайте hh.ru.

Таким образом, по каждой определенной вакансии на сайте hh.ru была собрана информация о профессиональных требованиях к ней и должностных обязанностях по специальности, размеру заработной платы. Формулировки требований (компетенций) были оставлены в «авторской подаче». Был проведен анализ по размеру заработной платы и текстовый анализ информации о профессиональных требованиях и должностных обязанностях. Был сделан текстовый анализ рабочей программы дисциплины «Мультимедиа технологии». Также были подробно изучены и проанализированы результаты обучения студентов. Анализ результатов опроса показал необходимость регулярного проведения анализа данных при поиске вакансий для модернизации образовательного курса «Мультимедиа технологии» в начале каждого учебного года.

Результаты исследовательской работы позволяют составить следующие рекомендации по модернизации образовательной дисциплины «Мультимедиа технологии»:

1) уделить в рабочей программе больше времени на освоение основ и базовых свойств мультимедиа технологий, изучению общих закономерностей и особенностей разработки мультимедийных продуктов, нахождению источников повышения эффективности применения мультимедиа компонентов, что позволит в будущем самостоятельно осваивать новые информационные технологии и мультимедиа средства, отслеживать их взаимосвязи;

2) выстраивать рабочую программу на основе проектного и компетентного подхода;

3) продолжить внедрять современные образовательные методики, позволяющие обучающимся самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории и управлять своей познавательной деятельностью, удовлетворять образовательные интересы и потребности;

4) презентовать готовые разработанные студентами мультимедийные продукты на широкую публику, а не только внутри учебной группы.

**Заключение.** Выпускник должен обладать именно теми компетенциями, которые необходимы на рабочих местах сегодня и будут нужны завтра. Не вызывает сомнений и тот факт, что проблемы, возникающие на рынке труда, тесно связаны с рынком образовательных услуг. Также этот факт подтверждают данные, полученные учеными Института социально-экономических проблем народонаселения Российской академии наук [41]. Уровень и качество полученного образования существенно влияют на возможности эффективного поиска вакансий.

Проведенная работа позволяет сделать вывод, что очень важно для ежегодного редактирования рабочей программы дисциплины «Мультимедиа технологии» проводить анализ вакансий. Также хочется верить, что такой подход позволит эффективно решить вопрос, связанный с тру-

доустройством выпускников по специальности в нашем регионе, а еще положительно повлиять на один из основных показателей оценки деятельности вуза – «трудоустройство», в том числе и в рейтинге вузов России по успешности трудоустройства выпускников.

## Проект 12. РАЗРАБОТКА РАЗДЕЛА БИЗНЕС-ПЛАНА ПО ПРОИЗВОДСТВУ 3D-ПРИНТЕРОВ «МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА»

**В.В. Жохова**

канд. экон. наук, доцент

**А.Г. Ким**

канд. экон. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет*

*Владивосток. Россия*

### 12.1. Паспорт проекта

Название проекта	Разработка раздела бизнес-плана «Маркетинговый анализ рынка 3D-принтеров»
Срок реализации проекта	06.02.2021 – 12.06.2021
Тип заказчика	Внешний
Заказчик	ООО «Спецтехресурс»
Руководитель проекта	Ю.В. Разумова – руководитель рабочей группы
Количество студентов	5
Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Критерии отбора студентов	Знание основ маркетинга; уверенный пользователь ПК (умение работать с базовыми программами MS Office (Excel, Power Point, Word); способность к исследованию, обобщению, анализу информации; ответственность и способность к самоорганизации; ориентация на командную работу
Роль студентов в проекте (виды деятельности)	Провести обзор международного и российского рынков 3D-принтеров, их основных характеристик, особенностей и областей применения; разработать реестр основных российских производителей и потребителей 3D принтеров; рассчитать объем продаж анализируемого продукта; разработать стратегию маркетинга для продвижения продукта; составить SWOT-анализ проекта
Тип проекта	Прикладной

Проблема проекта	В настоящее время нет достаточной информации о производстве российских и международных 3D-принтерах, их параметрах, особенностях, областях их применения, а также мало исследованы данные рынки анализируемого товара.
Цель проекта	Провести исследование российского и зарубежного рынков 3D-принтеров и разработать раздел «Маркетинговый анализ рынка» бизнес-плана по производству 3D-принтеров.
Планируемые результаты проекта	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обзор международного рынка 3D-принтеров, их основные характеристики, особенности и области применения.</li> <li>2. Обзор российского рынка 3D принтеров, их основные характеристики, особенности и области применения.</li> <li>3. Основные российские производители 3D принтеров, краткие сведения об их деятельности и популярные модели (реестр производителей, конкурентный анализ).</li> <li>4. Планируемый объем продаж и стратегия маркетинга для продвижения 3D-принтеров.</li> </ol>
Требования к результатам	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение исследований должно базироваться на анализе вторичной маркетинговой информации, полученной из достоверных интернет-источников целевых рынков России</li> <li>2. Грамотность исполнения, высокое качество полученных результатов</li> </ol>
Формат представления результатов	Презентация в формате Power Point. Отчет должен быть выполнен в соответствии с ГОСТ 7.32-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу». Отчет о научно-исследовательской работе с соблюдением Структуры и правил оформления. По окончании выполнения работы Отчет предоставляется заказчику в двух версиях: на бумажном (1 экз.) и электронном (1 экз.)
Описание изменений в проблемной ситуации	Заказчик получит детализированную информацию о состоянии рынка 3D-принтеров в России и за рубежом, расчёт потенциальной емкости рынка, конкурентный анализ, отдельные разделы маркетинговой стратегии.

## 12.2. Комментарий к проекту

Научно-исследовательская работа (НИР) связана с научным поиском, проведением исследований, экспериментами в целях расширения имеющихся и получения новых знаний, проверки научных гипотез, установления закономерностей, проявляющихся в природе и в обществе, научных обобщений, научного обоснования проектов. Основанием для проведения НИР в вузах может служить договор с предприятием-заказчиком (организацией, объединением или другим субъектом хозяйственной деятельности). В рамках данной работы на кафедре маркетинга ВВГУ осуществляется процесс поиска и привлечения заказчиков, совместно с партнером-

работодателем формируются техзадания, создаются проекты, для их реализации образуются проектные коллективы и разрабатывается проектный инструментарий.

Исследование сущности проектной деятельности показывает, что в основу метода проектов положена идея о направленности учебно-познавательной деятельности студента на результат, который получается при решении той или иной практически или теоретически значимой проблемы. Метод проектов предполагает решение какой-либо проблемы, предусматривающей с одной стороны, использование разнообразных методов, средств обучения, а с другой – интегрирование знаний, умений из различных областей науки, техники, технологий, творческих областей» [5, с. 57].

Заказчиком научно-исследовательской работы «Методика разработки бизнес-плана для заключения соглашения об осуществлении деятельности в качестве резидентов TOP» с ВВГУ выступил генеральный директор ООО «СПЕЦТЕХРЕСУРС (ООО «СТР»»)» А.А. Теняков. Виды экономической деятельности организации: 63.12 Деятельность web-порталов; 74.90 Профессиональная, научная и техническая, прочая, не включенная в другие группировки.

В будущем ООО «СТР» планирует развивать дополнительные виды деятельности и производить 3D принтеры, заниматься их сервисным обслуживанием и поставкой запасных частей. Отличительными свойствами данного товара являются уникальные характеристики:

- товар изготовлен из композитных материалов, корпус прочный и легкий;
- закрытость корпуса обеспечивает поддержание равномерной температуры;
- катушка пластика находится внутри корпуса – что удобно для просушки ее во время печати;
- используемый экструдер принтера надежен в обслуживании;
- удобный натяжитель ремня (натяжение ремня нее более одной минуты);
- кнопка включения принтера расположена на передней панели и др.

Реализация готовой продукции планируется на территории России и ближнего Зарубежья. Но, по утверждению Заказчика, рынок для реализации 3D-принтеров достаточно специфичен. Производство российских принтеров невысокое, на рынке отмечено преобладание импортной продукции. Следовательно, необходимо провести маркетинговый анализ рынка по производству 3D-принтеров и разработать стратегию продвижения данного товара на российский и международный рынки.

При выполнении данной научно-исследовательской работы в вузе были организованы проекты «Разработка раздела бизнес-плана по произ-



водству и продвижению 3D-принтеров». Одним из основных направлений реализации проектов являлась межкафедральная интеграция двух кафедр вуза – кафедры маркетинга и торговли и кафедры математики и моделирования. Кафедрой маркетинга и торговли необходимо было подготовить проекты: «Разработка раздела бизнес-плана по производству и продвижению 3D-принтеров «Маркетинговый анализ рынка»». Практико-ориентированные проекты отличает четко обозначенный с самого начала будущий результат деятельности студентов, а именно: бизнес-планы по производству и продвижению 3D-принтеров.

На кафедре маркетинга и торговли проектные группы формируются по следующим основным критериям: заинтересованность потенциальных участников в выполнении проекта; соответствие уровня знаний, умений и навыков участников сложности проекта; соответствие направления подготовки и требуемых компетенций участников проекта; психологическая совместимость участников группы и их готовность к сотрудничеству. Отбор проводится посредством устного опроса, голосования за выбор темы, проведения собеседования и оценки учебных планов по направлению подготовки участников проекта со стороны будущего руководителя проекта.

Проектная деятельность для студента – это возможность максимального раскрытия своего творческого потенциала; деятельность, позволяющая проявить себя индивидуально или в группе, попробовать свои силы, приложить знания, принести пользу, показать достигнутый результат; работа, направленная на решение проблемы, ...носящей практический характер и имеющей прикладное значение [12].

В проектную команду «Разработка раздела бизнес-плана по производству 3D-принтеров «Маркетинговый анализ рынка» вошли студенты группы БТД-18-ИМ в количестве шести человек: А. Васильева, Е. Мастер, К. Костюк, В. Шинкаренко, М. Медведев, П. Гавриленко. Для привлечения внимания студентов к проектной деятельности и закрепления интереса к проектированию осуществлялся отбор участников в данный проект посредством опроса. Маркетинговый анализ включал: обзор международного и российского рынков 3D-принтеров, исследование российских производителей и анализ объемов российского рынка анализируемого товара в период 2013–2020 годов и разработку стратегии маркетинга компании ООО «Спецтехресурс» для продвижения 3D-принтеров. Группой был выбран менеджер проекта, отвечающий за проведение маркетингового анализа рынка. Студенты распределились следующим образом: одни занимались исследованием и анализом международного и российского рынков 3D-принтеров, другие – подготовкой реестра производителей и основных российских потребителей анализируемого товара. Каждый член проектной группы участвовал в написании раздела «Маркетинговый анализ рынка» в бизнес-плане и в разработке к нему презентации.

Проблем в самостоятельном распределении обязанностей членов проектной группы отмечено не было.

После формирования рабочей группы проводилось собрание, на котором присутствовал заказчик, руководитель проекта и студенты. На данной беседе рассматривалась проблема, обозначенная заказчиком, обсуждались основные этапы выполнения проекта и формировался график встреч для выработки обратной связи между стейкхолдерами проекта в ходе его реализации. Затем на встрече членов проектной команды с руководителем проекта обсуждались стадии выполнения практико-ориентированного проекта:

- начальная стадия: осуществлялся выбор проблемы проекта, определялись цель и задачи проекта;
- стадия планирования проекта: разрабатывались пути выполнения проекта, формировался состав работ и основные параметры каждого вида работ;
- стадия реализации проекта: выбирались методы исследования, анализ источников по теме проекта;
- стадия представления проекта: оформление результатов проекта, защита проекта, представление результатов проекта на конференции и в научной статье.

**Актуальность исследования:** 3D-технологии в той или иной форме применяются уже не одно десятилетие в разных сферах деятельности. Возможности 3D-принтеров безграничны, широкое использование потенциала трехмерной печати позволяет экономить средства и время, повышает производительность. Разработанные новые технические параметры 3D-принтеров создают более совершенные модели и прототипы и способствуют реализации массы идей в объектах разных отраслей. При этом, *проблемой* обозначено отсутствие достаточной информации о производстве российских и международных 3D-принтеров, их параметрах, особенностях, областях применения, а также недостаточность исследования рынков анализируемого товара. Цель проекта – организация исследования рынков 3D-принтеров и разработка раздела «Маркетинговый анализ рынка» бизнес-плана по производству 3D-принтеров. Студентам предстояло выполнить **следующие задачи:** произвести обзор международного и российского рынков 3D-принтеров, рассмотреть их основные характеристики, особенности и области применения; определить основных российских производителей, отметить сведения об их деятельности и популярные модели анализируемого товара – составить реестр производителей; обозначить основных потребителей российских 3D-принтеров; рассчитать планируемый объем продаж анализируемой продукции, произвести SWOT-анализ предприятия ООО «СТР» и разработать маркетинговые стратегии для производства 3D-принтеров на рынки.

Для реализации проекта командой выбирался проектный инструментарий: диаграмма Ганта, матрица стейкхолдеров, афинная диаграмма и схема структурной декомпозиции, маркетинговые исследования и анализ.

*Диаграмма Ганта* помогает студентам иллюстрировать план проекта, включающего даты начала и завершения заданий, контрольные точки, зависимости между заданиями и исполнителями (рис. 12.1).

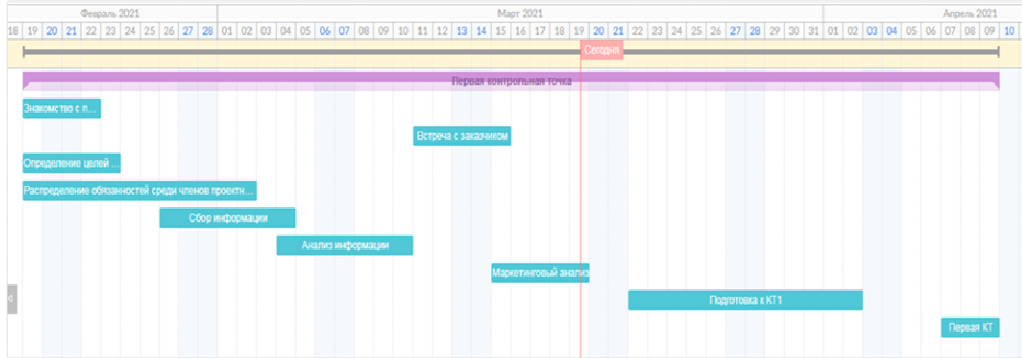


Рис. 12.1. Диаграмма Ганта проекта

Для построения *матрицы стейкхолдеров* определяются физические и юридические лица, имеющие возможность или желание любым способом повлиять на деятельность проекта (рис. 12.2). Студентами выявлялись все заинтересованные стороны, которые взаимодействуют в проблемном поле проекта и выделялись характерные признаки в соответствии с параметрами влиятельности (возможности тем или иным способом воздействовать на работу предприятия) и заинтересованности (желание оказывать это воздействие).

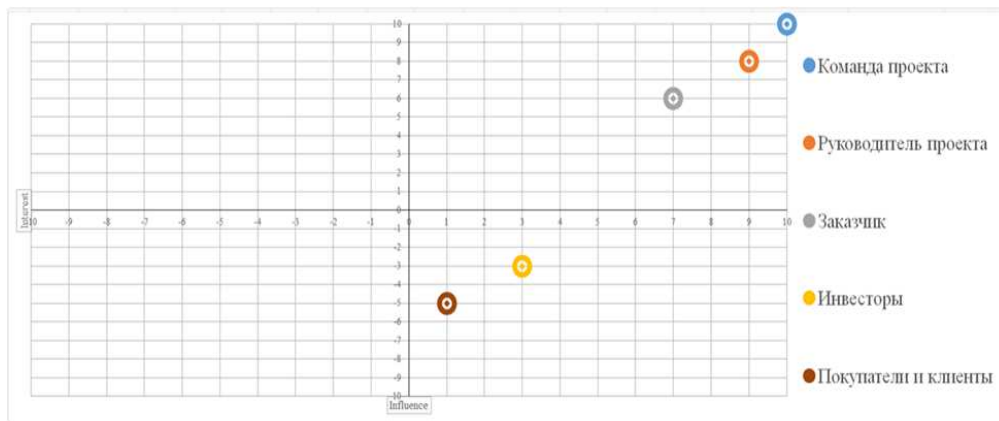


Рис. 12.2. Матрица стейкхолдеров проекта

*Афинная диаграмма* использовалась для организации идей при реализации проекта. По результатам мозгового штурма (брейншторминга) участниками проектной группы проводился поиск решения обозначенной проблемы, целеполагание и сортировка данных идей по группам на основе их связей между собой (рис. 12.3).



Рис. 12.3. Афинная диаграмма проекта

*Структурная декомпозиция работ* устанавливает «фундамент» для дальнейшего планирования проекта и графически отображает иерархию промежуточных его результатов (рис. 12.4).



Рис. 12.4. Структурная декомпозиция проекта

Руководителем проекта, доцентом кафедры маркетинга и торговли вуза В.В. Жоховой предложен дополнительный проектный инструмент – разработка карты понятий. *Карта понятий* предназначена для того,

чтобы улучшить понимание студентами проблемного поля проекта (рис. 12.5). Она позволяет увидеть и оценить «общую картину» проекта и построить связи между понятиями, определяющими деятельность проекта. Студенты группы построили диаграмму, состоящую из узловых точек, отмеченных определённым понятием, связанными прямыми линиями, которые расположены на разных иерархических уровнях, соответствующих движению от наиболее общих к конкретным, специальным понятиям.



Рис. 12.5. Карта понятий проекта

Маркетинговые исследования включают сбор, классификацию и анализ информации о ситуации на рынке: ценах, конкурентах, пользователях и других. Данные о рынке позволяют бизнесу строить стратегию и минимизировать неопределенность. Для эффективного управления проектом с помощью набора проектных инструментов важно было реализовать необходимые компетенции студентов: готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности, способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.

Обсуждение проекта осуществлялось на двух контрольных точках перед экспертной комиссией. Проектная группа на первой контрольной точке защищала выбор проектного инструментария для реализации проекта, на второй – использование методов исследования и анализа для подготовки раздела бизнес-плана и получение результатов проекта. При защите проекта был представлен календарный график встреч проектной группой. Промежуточными результатами проекта, способствующими разработке раздела бизнес-плана, являлись обзоры и анализ международного и российского рынков 3D-принтеров, составление реестра основных российских производителей и рекомендуемые стратегические направления для развития компании ООО «СПЕЦТЕХРЕСУРС». Основным продуктовым результатом проекта пред-

ставлен раздел бизнес-плана по производству 3D-принтеров «Маркетинговый анализ рынка» и презентация по подготовке данного раздела.

Студентами был сделан фотоотчет о проектной деятельности (рис. 12.6).

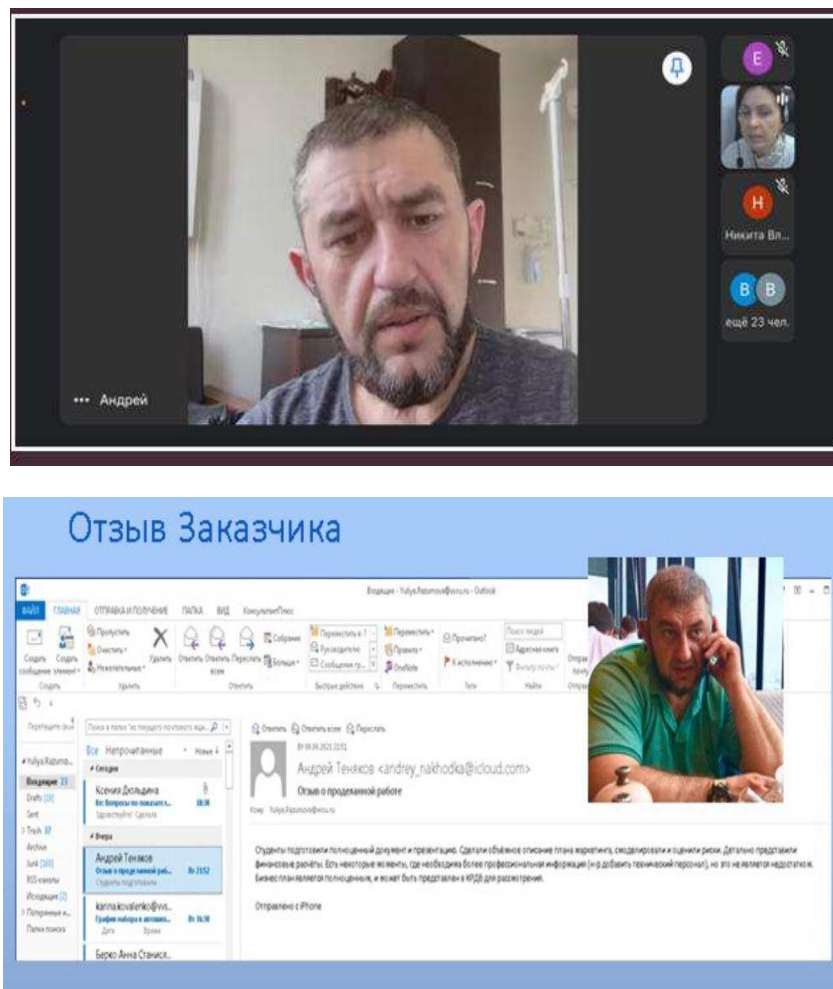


Рис. 12.6. Фотоотчет проекта

За выполнение проектной работы был получен отзыв Заказчика: «Студенты подготовили полноценный документ и презентацию. Сделали объёмное описание плана маркетинга, смоделировали и оценили риски. Детально представили финансовые расчёты. Есть некоторые моменты, где необходима более профессиональная информация (например, добавить технический персонал), но это не является недостатком. Бизнес-план является полноценным, и может быть представлен в АО «Корпорацию развития Дальнего Востока и Арктики» для рассмотрения. В данном

отзыве высоко отмечена проектная работа студентов кафедры маркетинга и торговли университета. Заказчик депонировал проект в онлайн-депозитории, где в качестве исполнителя указана рабочая группа ФГОУ ВО «ВВГУ», включающая проектные команды.

Образовательные результаты в проекте формировались на всех этапах жизненного цикла проекта: знания (предметные результаты); прикладные навыки и умения; знакомство с предметной областью; освоение способа работы, методов и компетенций; ценности. Оформление результатов данного проекта и рефлексия складывались следующим образом: студенты выступали с докладом «Исследование рынка 3D-принтеров в России» на XXIII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», проводимой в апреле 2021 года во ВГУЭС; подготовили статью в сборник материалов данной конференции. Руководителем проекта была опубликована научная статья в журнале ВАК «Практический маркетинг» (2021, № 7) «Маркетинговые стратегии для реализации 3D-принтеров на региональном рынке (Приморский край)».

Проектная деятельность для преподавателя – это интегративное дидактическое средство развития, обучения и воспитания, позволяющее вырабатывать и развивать специфические умения и навыки: целеполагание и планирование деятельности студента; представление результатов своей деятельности, хода работы и практического применения полученных знаний в различных ситуациях. Преподаватель превращается в организатора деятельности, консультанта и коллегу по решению поставленной задачи, добыванию необходимых знаний и информации из различных источников [12].

Мы придерживаемся точки зрения автора Л.В. Воробьевой, исследующей сущность методов проектов, которая полагает, что проектная деятельность в вузе это:

- необходимость не столько передавать ученикам сумму тех или иных знаний, сколько научить приобретать эти знания самостоятельно, уметь пользоваться приобретенными знаниями для решения новых познавательных и практических задач;
- актуальность приобретения коммуникативных навыков и умений, т.е. умение работать в разнообразных группах, исполняя разные социальные роли (лидер, исполнитель, посредник и пр.);
- актуальность широких человеческих контактов, знакомства с разными культурами, разными точками зрения на одну проблему;
- значимость для развития человека умения пользоваться исследовательскими методами: собирать необходимую информацию, факты, уметь

их анализировать с разных точек зрения, выдвигать гипотезы, делать выводы и заключения [7].

Опыт проектно-ориентированной деятельности в вузе показывает высокие результаты потому, что усвоение студентами готовых знаний, получаемых от педагога на лекционных занятиях, уступает место активному и творческому подходу в проекте. Прикладные проекты требуют глубоких знаний по проблеме и предполагают способность найти для них практическое применение. Данная деятельность развивает способность к поиску новой информации с использованием цифровых технологий. В ходе выполнения проекта формируются личностные качества всех членов проектной команды, такие как: критическое мышление, способность решать проблемы, работа в команде, а также коммуникативные умения.

В ходе обучения в вузе студент приобретает умения решать профессиональные задачи, выполнять социальные роли, наилучшим образом действовать в различных жизненных ситуациях. Одним из возможных эффективных инструментов реализации данных компетенций является проектный метод.



## Проект 13. «ПРОФСТАЖИРОВКИ.РФ»: ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

**А.А. Вертинова**  
ассистент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

### 13.1. Паспорт проекта «Популяризация профессии «Почтальон» среди молодежи»

Сведения о проекте	
Тип проекта	Продуктовый (прикладной)
Описание проблемной ситуации (как есть)	В текущих реалиях, из-за изменения потребностей населения, меняется структура функционала почтальона. С одной стороны, происходит снижение объемов писем (в т.ч. переход в электронный вид) и подписки, переход оплаты за ЖКХ, налогов, штрафов в каналы дистанционного банковского обслуживания, а, с другой стороны, в связи с развитием розницы увеличивается потребность в курьерской доставке до двери. Тем не менее, несмотря на актуальность данной профессии, желающих работать по ней становится только меньше, в особенности, это касается молодежи.
Цель проекта	Привлечение молодежи в профессию «Почтальон»
Сроки реализации проекта	13.06.2021
Планируемые результаты проекта	1. Разработана модель работы \"Почтальона\", включая предполагаемый функционал, возможный график работы и мотивацию сотрудников, способную привлечь молодежь 2. Сформирована стратегия популяризации профессии «Почтальон»
Требования к результату	Полученные результаты должны соответствовать цели проекта
Формат представления результатов, который подлежит оцениванию	Результаты исследования должны быть оформлены с помощью Power Point и представлены в виде PDF файла в соответствии с требованиями проекта «Профстажировки.рф»
Описание изменений в проблемной ситуации (как будет)	В результате сформированной стратегии и модели работы профессия \"почтальон\" станет более привлекательной для молодежи.
Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки	1. Фиксирование функционала почтальона. 2. Определение графика работы почтальона. 3. Разработка мотивации сотрудников. 4. Формирование стратегии популяризации профессии «Почтальон»

Современный этап реформ образования привел региональные университеты к необходимости плотного сотрудничества с бизнесом, поиску новых возможностей для взаимодействия университета и работодателей и формированию алгоритмов сотрудничества. Проектная деятельность становится отправной точкой в понимании университетом внешней среды: студенты получают практический опыт в применении полученных твердых и мягких навыков при выполнении различных задач бизнеса, преподаватели, становясь руководителями проектов, совершенствуют свои собственные навыки, начинают говорить с бизнесом на одном языке, более того, университет при таком взаимодействии может получить, помимо описанных нематериальных выгод, еще и дополнительный канал внебюджетных средств. С данной точки зрения, бизнес-среда становится своеобразным социальным лифтом для молодежи, т.к. в ходе реализации размещенных заданий студенты могут получить приглашения на практики и стажировки.

Одним из действенных механизмов в повышении как тесноты отношений университет-бизнес, так и их регулярности становится платформа «Профстажировки.рф» [34], где бизнес может размещать кейсы в открытом доступе, а студенты после прохождения регистрации выбирают наиболее актуальный и интересный для них. Необходимо отметить, что существенное преимущество данной платформы перед другими механизмами поиска заявок на проекты заключается в возможности подбора именно студентами кейса соответствующего их предпочтениям, т.е. при классических формах поиска преподаватель отбирает наиболее подходящий проект и далее предлагает его студентам, однако «Профстажировки.рф» позволяют студентам выбрать направление, не соответствующее напрямую их направлению подготовки. Более того, на сайте представлены кейсы компаний различного уровня, они не привязаны географически, т.е. находясь во Владивостоке можно решить кейс Яндекса и отправиться на стажировку в другой регион.

Студентам необходимо выполнить регистрацию на сайте и заполнить небольшое резюме для бизнеса с указанием основных достижений студента, выполненных проектов и его участия в них, также заполняются данные о руководителе и его опыте работы. Далее отправленная заявка рассматривается компанией, разместившей кейс, и в случае положительного ответа студенты получают доступ к контактной информации представителя компании и в то же время берут на себя обязательство найти решение поставленной задачи.

Одним из примеров работы данного механизма является привлечение проектной группы студентов по направлению подготовки «Экономика» к формированию стратегии популяризации профессии «почтальон» среди молодежи. Выбор данного кейса осуществлялся самой проектной группой

согласно их запросам. Основной трудностью на данном этапе было дополнительное время на получение ответа от компании на отправленный запрос студентов.

Выбор именно этого проекта примечателен еще и тем, что в составе команды находился иностранный студент из Южной Кореи, и его данная тема также заинтересовала, такой состав студентов позволил узнать студентам опыт других стран относительно привлечения молодых людей к непопулярным профессиям, а также получить опыт организации деятельности в межнациональной группе.

Студенты выявили следующую актуальность данного проекта. В текущих реалиях, из-за изменения потребностей населения, меняется структура функционала почтальона: с одной стороны, происходит снижение объемов писем (в т.ч. переход в электронный вид) и подписки, переход оплаты за ЖКХ, налогов, штрафов в каналы дистанционного банковского обслуживания, с другой стороны, в связи с развитием розницы увеличивается потребность в курьерской доставке до двери. Тем не менее, несмотря на актуальность данной профессии, желающих работать по ней становится только меньше, в особенности, это касается молодежи. В дополнение к этому для определения значимости данного проекта, и реализации проекта, который соответствовал бы интересам всех заинтересованных лиц, была сформирована матрица стейкхолдеров проекта (рис. 13.1).

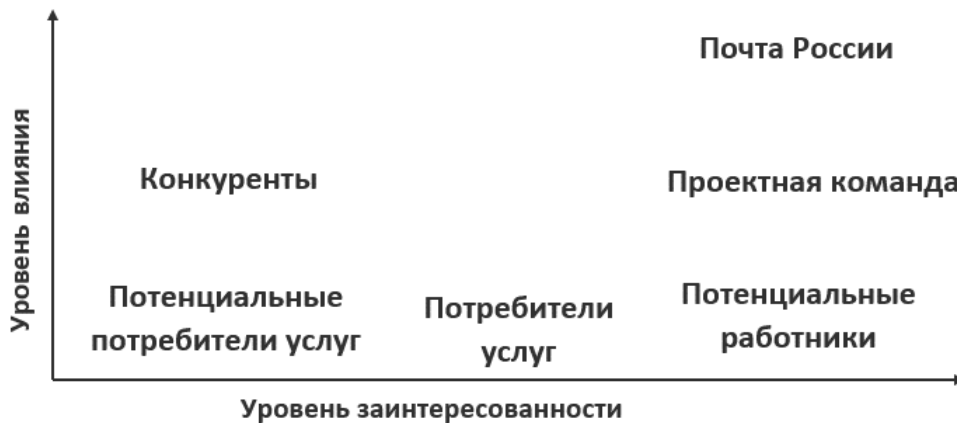


Рис. 13.1. Матрица стейкхолдеров проекта

Согласно запросу Почты РФ результат проекта представлял собой модель работы почтальона и стратегию популяризации профессии, оформленный в виде презентации PowerPoint и загруженный в определенный срок на сайт.

Таким образом целью проекта стало привлечение молодежи в профессию «почтальон». Задачи проекта были выстроены исходя из результатов проекта:

- выявить проблемы в популяризации профессии «почтальон» среди молодежи;
- разработать модели работы «почтальона», включая предполагаемый функционал, возможный график работы и мотивацию сотрудников, способную привлечь молодежь;
- сформировать стратегию популяризации профессии «почтальон».

Представленные задачи легли в основу структурной декомпозиции работ по проекту.

Дополнительно стоит отметить, что проектной группой отдельно выделена подготовительная задача, включающая выявление причин отсутствия заинтересованности в профессии почтальона среди молодежи (рис. 13.2).



Рис. 13.2. Иерархическая структура работ проекта

Проектная команда исходила из того, что, прежде чем формировать модель и стратегию, необходимо понять, что отталкивает молодежь от данной профессии и какие условия необходимо предложить Почте России для привлечения молодых людей. Для этого, в первую очередь, была определена целевая аудитория – респонденты возрастом от 14 до 25 лет. Далее была составлена анкета, состоящая из трех вопросов: 1) готовы ли вы работать на Почте РФ; 2) предпочтительные условия работы; 3) что вас отталкивает от работы на Почте РФ?

Анализ полученных результатов показал, что большая часть респондентов не готова работать на Почте России, а основной причиной этого стало недоверие к данной организации, стереотипы, сложившиеся о ее деятельности и негативное отношение к названию профессии. Таким образом, основной целью стратегии популяризации профессии «почтальон» стало формирование положительного имиджа компании через различные каналы. В первую очередь, было предложено вести странички и сообщества во всех популярных сетях, однако, имея одну цель, они должны формировать различный контент. Так, сообщества «ВКонтакте» могут выкладывать посты о работе студентов и школьников «почтальонами», а в «Телеграмме» вести новостной форум и делиться короткими роликами на такие темы, как «Почему мне нравится работать почтальоном». В виде дополнительных каналов повышения популярности команда предложила ярмарку вакансий, профиль «Факультетус», приглашение спикеров в университет, проведение деловых игр в школах.

Говоря об общих этапах стратегии, было выделено 4 основных шага, которые включали:

- 1) формирование рабочей группы в HR-отделе, целью которой является популяризация профессии почтальон среди молодежи;
- 2) формирование бюджета данной группы;
- 3) согласование стратегии популяризации профессии «почтальон»;
- 4) реализация стратегии популяризации профессии «почтальон».

При формировании требований к кандидату были изучены требования смежных профессий, а также профессиональные стандарты (рис. 13.3).



Рис. 13.3. Модель работы «почтальона»

Все задачи выполнялись в соответствии с разработанной в соответствии с иерархической структурой работ диаграммой Ганта, определяющей сроки исполнения различных задач (рис. 13.4).

Событие/дата реализации (планируемая дата)	25.10.2021	1.11.2021	8.11.2021	10.11.2021	17.11.2021	28.11.2021	30.11.2021	3.12.2021	10.12.2021	22.12.2021	17.01.2022	21.01.2022
<b>Выявление проблем в популяризации профессии «почтальон»</b>												
~ Определение ЦА, на которую будет направлен проект												
~ Составление анкеты												
~ Анализ данных, полученных из анкеты												
<b>Формирование модели работы «почтальон»</b>												
~ Формирование требований к кандидату												
~ Составление портрета идеального кандидата												
~ Изучение условий труда смежных профессий												
~ Изучение профессиональных стандартов, относящихся к профессии «почтальон»												
~ Сопоставление полученных данных с результатами анкеты и возможностью предоставления данных условий заказчиком												
<b>Разработка стратегии популяризации профессии «почтальон»</b>												
~ Определение наиболее эффективных каналов популяризации профессии «почтальон»												
~ Формирование этапов популяризации для каждого из выделенных каналов												
<b>Первая контрольная точка</b>												
<b>Вторая контрольная точка</b>												

Рис. 13.4. Диаграмма Ганта

Особо акцентировать внимание необходимо на необозначенных периодах в диаграмме Ганта, но не менее важных – это рефлексия после каждой контрольной точки. Данный шаг позволяет подвести итоги проведенной работы, посмотреть на весь проект с точки зрения рекомендаций экспертов, понять, что полезного усвоили студенты и оценить опыт, полученный руководителем.

Распределение ролей в команде происходило по мере работы студентов: каждый из них узнавал, что у него получается лучше всего, исходя из чего распределялись зоны ответственности студентов.

Помимо использованного проектного инструментария, применялись различные инструменты для реализации проекта, например, Google Forms для проведения анкетирования, программы пакета Microsoft Office для создания таблиц, графиков и презентаций, группа в WhatsApp для оперативной связи, Google Meet для проведения консультаций. В ходе реализации проекта были использованы методы компаративного анализа и анкетирования.

Согласно проведенной рефлексии студенты отмечают для себя следующие результаты работы над проектом:

- опыт планирования, работы в команде, оформления презентаций, публичных выступлений;

- практика применения проектного инструментария и алгоритма реализации проекта;
- возможность работы над реальным проектом;
- умение составлять вопросы для анкетирования, анализировать полученные данные, формирования стратегии;
- понимание важности управления персоналом и значимости корректного построения репутации компании.

Опыт руководителя в организации деятельности команды приумножается с каждой проектной командой, т.к. в зависимости от качеств и навыков студентов регулируется и уровень контроля над проектом, изменяется подход к мотивации студентов. Руководитель также получает опыт взаимодействия с бизнес-сообществом, учит их «язык», получает актуальные практические навыки.

## Проект 14. ОПЫТ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

**Т.В. Бубновская**

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

### **14.1. Паспорт проекта «Маркетинговое исследование перспектив строительства многофункционального рекреационного комплекса «Истерн Аква Парадайз» на острове Русский, Приморский край: анализ спроса и среднего чека»**

Тип проекта	Продуктовый проект (прикладной)
Описание проблемной ситуации (как есть)	Отсутствие аналогичных проектов на территории Приморского края и соседних субъектов России, применение передовых технологий при строительстве и в обслуживании, возможность применения условий ведения предпринимательской деятельности для резидента свободного порта Владивосток, общее состояние рынка развлечений и услуг в регионе и уровень конкурентной среды
Цель проекта	Проведение маркетингового исследования аквапарков с целью оценки конкурентного преимущества данного проекта
Сроки реализации проекта	01.02.2020 – 05.06.2020
Планируемые результаты проекта	Раздел бизнес-плана \"Маркетинговое исследование Проекта\" (часть): анализ потенциального спроса на аквапарк в рамках проекта и определение востребованного набора услуг; прогнозирование туристического потока, формирующего потенциальный спрос на аквапарк, и среднего чека
Требования к результату	Раздел бизнес-плана \"Маркетинговое исследование Проекта\" (часть) должен включать в себя анализ потенциального спроса на аквапарк в рамках проекта и определение востребованного набора услуг; прогнозирование туристического потока, формирующего потенциальный спрос на аквапарк, и среднего чека



Формат представления результатов, который подлежит оцениванию	Результаты исследования будут оформлены в отчете в формате презентации Power Point в печатном и электронном виде (в формате pdf). Отчеты будут содержать описание и результаты выполненных исследований, выводы по итогам анализа и результаты исследования с приложенными аналитическими таблицами
Виды деятельности, выполняемые студентом в проекте/отрабатываемые навыки	Собеседование; навыки работе с информацией; навыки работы в Интернете

## 14.2. Комментарий к проекту

В данной статье мы представим описание собственного опыта, полученного в ходе работы по проектной деятельности со студентами направления подготовки 38.03.01 «Экономика». В соответствии с учебным планом студенты включаются в проектную деятельность со второго курса.

В соответствии с учебным планом студенты включаются в проектную деятельность со второго курса. Ниже представлено описание собственного опыта, полученного в ходе работы по проектной деятельности со студентами направления подготовки 38.03.01 «Экономика».

Для меня, как преподавателя, проектная деятельность началась осенью 2019 года. Участие в проектной деятельности потребовало изучения учебных пособий по её организации. Первоначально встала проблема поиска заказчика. Как практикующий бухгалтер, сотрудничающий с организациями, оказывающими услуги в области финансового консультирования и бухгалтерского учета, я обратилась к своим клиентам с предложением о заключении договора о сотрудничестве с вузом. Следует отметить, что представители бизнес-среды часто интересуются возможностью привлечения студентов к решению локальных управленческих задач, поэтому отклик был получен быстро. Мы обратились к финансовому директору ООО «Ваш Бизнес Эксперт», который в тот момент получил заказ на разработку бизнес-плана для многофункционального семейного центра «Аквапарадайз». Заказчику нужны были «свободные руки» для сбора информации и анализа рынка конкурентов.

С ООО «Ваш Бизнес Эксперт» был заключен договор о сотрудничестве и данное предприятие было включено в базу практик регионального центра Старт-Карьера ВВГУ. Переговоры с заказчиком были очень короткими и продуктивными. ООО «Ваш Бизнес Эксперт» получил техническое задание от своего клиента и часть позиций финансовый директор предложил к реализации в проектной деятельности.

Изначально задачи заказчика, поставленные перед нами, были очень объемными. Об этом мы поняли через несколько месяцев и откорректиро-

вали карточку проекта. В результате были сформулированы два проекта с двумя командами на два семестра. Таким образом, задачу, предложенную заказчиком, студенты решали год.

К работе над внешними проектами «Маркетинговое исследование проекта строительства многофункционального рекреационного комплекса «Истерн Аква Парадайз» на острове Русский, Приморский край: анализ рынка аквапарков и анализ рынка конкурентов» приступили две команды студентов 2-го курса направления 38.03.01 Экономика.

Заказчиком были поставлены цели и сформированы технические задания для двух команд (в статье будет описан опыт работы первой команды).

Цель проекта первой команды – проведение маркетингового исследования аквапарков с целью оценки конкурентного преимущества данного проекта.

Проблемы, которые должен решить проект:

1) отсутствие аналогичных проектов на территории Приморского края и соседних субъектов России, применение передовых технологий при строительстве и в обслуживании;

2) возможность применения условий ведения предпринимательской деятельности для резидента свободного порта Владивосток;

3) общее состояние рынка развлечений и услуг в регионе и уровень конкурентной среды.

Перед командой проекта была поставлена задача собрать информацию для раздела бизнес-плана «Маркетинговое исследование Проекта». Работа над проектом была разделена на два семестра.

Часть 1. Анализ конкурентов (осенний семестр):

– описание российских аналогов и анализ международной практики;

– анализ конкуренции.

Часть 2. Анализ спроса и среднего чека (весенний семестр):

– проанализировать потенциальный спрос на аквапарк в рамках проекта и определить востребованный набор услуг;

– спрогнозировать туристический поток, формирующий потенциальный спрос на аквапарк, и средний чек.

Команда проекта выделила четыре стейкхолдера: администрация края, инвесторы, общественность, администрация проекта. Перечень стейкхолдеров и степень их влияния на проект обсуждался с заказчиком и вызвал наибольшие трудности в команде на первом этапе работы.

Командой была выстроена иерархическая структура работ по проекту (декомпозиция):

1. Оформление проекта: формирование команды и распределение ролей; коммуникация с руководителем и заказчиком; создание общего чата в WhatsApp и ссылки на встречи в Google Meet.

2. Предварительный сбор данных: онлайн-встреча с заказчиком; поиск данных и обсуждение предварительно собранной информации (описание

российских аналогов и международных практик, опрос населения в установленной заказчиком выборке; сбор информации об уровне цен на услуги аквапарков и гостиниц при них).

3. Этапы разработки раздела бизнес-плана: анализ существующего предложения (конкуренции) на субрынке проекта; анализ будущего предложения (конкуренции) на субрынке проекта.

4. Согласование выполненной работы с заказчиком: передача заказчику предварительного отчета (таблицы Excel, результаты опросов с помощью Google-форм); учет замечаний заказчика; исправление замечаний.

5. Защита проекта: передача данных заказчику; подготовка презентации к защите и письменного отчета; распределение ролей на защите; защита.

Встречи команды проекта с руководителем проходила каждый четверг по расписанию. Встреча руководителя проекта с заказчиком проекта – ежемесячно для корректировки действий. С командой проекта заказчик поддерживал связь через Google Meet.

Календарный график представлен на рис. 14.1.



Рис. 14.1. Диаграмма Ганта

Команда проекта в первом семестре работы над проектом использовали три инструментария: планирование, SWOT-анализ и смарт-тест. Планирование проекта позволило команде воссоздать непрерывный процесс, направленный на определение и согласование наилучшего способа действий для достижения поставленных целей проекта с учетом всех факторов его реализации. Основным результатом этого этапа стала Декомпозиция проекта.

Следующий инструментарий, SWOT-анализ, помог команде в выявлении факторов внутренней и внешней среды исследуемого объекта и разделении их на четыре категории: сильные стороны, слабые стороны, воз-

можности и угрозы. С его помощью были сформулированы основные направления развития объекта проекта (аквапарка) через систематизацию имеющейся информации о его сильных и слабых сторонах, а также о потенциальных возможностях и угрозах (табл. 14.1).

Таблица 14.1

### SWOT-анализ проекта

№ п/п	Показатели	№ п/п	Сильные стороны
1	Растущий поток туристов	1	Применение передовых технологий
2	Возможность применения условий ведения предпринимательской деятельности	2	Заинтересованность населения
3	Разрешение от администрации	3	Первый аквапарк на территории Приморского края
№ п/п	Угрозы	№ п/п	Слабые стороны
1	Инфляция	1	Высокая себестоимость
2	Возможные неоправданные ожидания населения	2	Зависимость продаж от сезонности
3	Появление более развитых конкурентов	3	

И последний инструмент – смарт-тест – позволил определить, насколько достижима поставленная цель по основным критериям: конкретность (что именно должно быть получено в итоге реализации проекта?), измеримость (сможем ли мы увидеть и измерить результаты проекта?), достижимость (возможно ли достижение цели с учетом имеющихся ресурсов?), выгодность (кто и какую выгоду сможет извлечь из достижения цели?) и временные рамки (установлена ли точная дата, когда цель будет достигнута?) (табл. 14.2).

Таблица 14.2

### Смарт-тест

Конкретность	Раздел бизнес-плана «Маркетинговое исследование аквапарка»
Измеримость	Мы можем увидеть и измерить результаты проекта по проделанной работе над Excel таблицами
Достижимость	Достижение нашей цели возможно с учетом имеющихся ресурсов
Выгодность	Заказчик сможет получить результаты нашего исследования
Временные рамки	Период работы над проектом с 24.09.2019 по 24.06.2020

Анализ проекта по смарт-тесту показал полное достижение поставленной цели.

Во втором семестре команда проекта пересмотрела проектный инструментарий и определила его как:

- диаграмма Ганта;
- анализ стейкхолдеров;
- матрица ответственности;
- Google Docs.

Руководитель проекта выдавал задания команде, а команда между собой согласовывала распределение заданий. Была создана матрица распределения ответственности по проекту для более эффективной и быстрой работы над проектом (табл. 14.3).

Таблица 14.3

### Матрица ответственности по проекту

Участники проекта / виды работ по проекту	Просвирина А. А.	Кожемякина А. М.	Дуань Цзинцао
Введение в курс проекта	*	*	*
Составление плана проекта	*	*	
Сбор данных	*	*	*
Рассмотрение региональных аналогов	*	*	
Рассмотрение международных аналогов	*	*	*
Анализ российских и международных практик (аквапарки)	*	*	
Анализ существующего предложения	*	*	
Анализ будущего предложения	*	*	
Подведение итогов	*	*	*
Подготовка письменного отчёта по проекту	*	*	
Разработка презентации проекта	*	*	
Защита проекта	*	*	*

Команда проекта столкнулась с некоторыми трудностями во время работы с проектом, первая из них – поиск информации по международным

практикам, так как в Интернете было мало информации. Также возникли трудности с официальными сайтами аквапарков не на территории России, по причине того, что сайты были на родном языке (корейском, японском и китайском). Таким образом много времени уходило на перевод сайтов. В весеннем семестре к данному проекту присоединились четыре студента из Китая, что значительно облегчило работу с иностранными сайтами.

Степень вовлеченности студентов в проект была очень высокая. За год работы студенты успели сделать очень многое: разработать анкеты, опросить респондентов, обработать аналитическую информацию, готовить письменные отчеты и грамотно их оформить, научились взаимодействовать друг с другом. Студенты из Китая оказали значительную помощь проекту, собрав статистическую информацию по странам Восточной Азии.

Студенты защитили проект на максимальные баллы и дали интервью отделу информации и рекламы ВВГУ, в котором назвали основные плюсы проектной деятельности для себя: появились навыки работы в команде; возможность работы с новыми технологиями; возможность начать или дополнить свое портфолио; прокачка лидерских навыков.

Заказчик – ООО «Ваш Бизнес Эксперт» – высоко оценило качество подготовленного отчета и принял работу проектной команды, акт выполненных работ подписан.

Заказчику по итогам работы команды в осеннем семестре были переданы:

- аналитические таблицы с перечнем услуг аквапарков и ценами на них в России, Китае, Корее, Японии;
- результаты опроса определенной выборки населения о предпочтительном наборе услуг и цен на них в аквапарке.

В пользование заказчика по итогам работы в весеннем семестре были переданы следующие результаты:

- таблица с анализом потенциального спроса на аквапарк в рамках проекта и перечень востребованного набора услуг по результатам анкетирования;
- таблица с прогнозированием туристического потока, формирующего потенциальный спрос на аквапарк;
- средний чек на услуги аквапарка.

Все участники команды проекта получили навык работы в команде, улучшили свои коммуникативные навыки, смогли обменяться опытом в ходе работы над проектом, научились разделять ответственность и анализировать результаты коллективной деятельности, проявлять гибкость, видеть точку зрения другого и идти на компромисс ради общей цели.

Совместное «проживание» хода проектной деятельности (проблематизация, целеполагание, планирование, реализация, защита) позволило нам сделать следующие выводы.

Для повышения методической компетентности преподавателей и выработки общих подходов к проектированию целесообразно провести курсы повышения квалификации. Студенты сначала должны прожить роль исполнителей проекта, затем по мере накопления опыта степень самостоятельности студентов следует повышать. От роли исполнителей они должны перейти к роли организаторов проектной деятельности. Студенческие проекты обязательно должны быть реализованы, студентам важно получить обратную связь не только от преподавателя, но и от стейкхолдеров проекта. Вне аудиторного времени проектные компетенции студентов можно развивать в ходе подготовки к различным мероприятиям, волонтерской деятельности.

## **Проект 15. ПРОЕКТНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАФЕДРЫ МТ: ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ И РАЗВИТИЯ – ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ И ПУТИ РЕШЕНИЯ**

**Т.В. Тилиндис**

канд. техн. наук, доцент

**Н.П. Белозерцева**

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет*

*Владивосток. Россия*

### **15.1а. Паспорт проекта «Выявление лояльности профессорско-преподавательского состава ВВГУ к образовательной организации»**

Название проекта	Выявление лояльности профессорско-преподавательского состава ВВГУ к образовательной организации
Срок реализации проекта	16.09.2019–01.02.2020
Тип заказчика	Внутренний заказчик
Заказчик	Ю.В. Разумова – д-р экон. наук, профессор, заместитель проректора по учебной и научно-исследовательской работе
Руководитель проекта	Т.В. Тилиндис – канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления
Количество студентов	4
Направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Критерии отбора студентов	Хорошие коммуникативные способности, ответственное отношение к работе, наличие навыков проведения маркетинговых исследований, умение работать с компьютером
Тип проекта	Исследовательский
Проблема проекта	Отсутствие информации о лояльности профессорско-преподавательского состава ВГУЭС к образовательной организации
Цель проекта	Провести социологический опрос профессорско-преподавательского состава по оценке их лояльности к университету
Планируемые результаты проекта	Разработанная анкета Проведение опроса Отчет о результатах анкетирования
Формат представления результатов	Презентация PowerPoint, документ Microsoft Word



**15.16. Паспорт проекта «Социологические опросы студентов по оценке различных аспектов деятельности в университете, в т.ч. качества учебного процесса»**

Название проекта	Социологические опросы студентов по оценке различных аспектов деятельности в университете, в т.ч. качества учебного процесса
Срок реализации проекта	14.01.2019 – 20.12.2019
Тип заказчика	Внутренний заказчик
Заказчик	Ю.В. Разумова – д-р экон. наук, профессор, заместитель проректора по учебной и научно-исследовательской работе
Руководитель проекта	Т.В. Тилиндис – канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления
Количество студентов	5
Направления подготовки	38.03.06 Торговое дело 38.03.07 Товароведение
Критерии отбора студентов	Хорошие коммуникативные способности, ответственное отношение к работе, наличие навыков проведения маркетинговых исследований, умение работать с компьютером
Тип проекта	Исследовательский
Проблема проекта	Основной проблемой является снижение лояльности студентов к процессам, происходящим в вузе, в т.ч. к учебному процессу
Цель проекта	Проведение социологического опроса студентов о качестве деятельности подразделений ВГУЭС, в т.ч. учебных
Планируемые результаты проекта	1. Разработанная анкета 2. Проведение опроса 3. Отчет о результатах анкетирования
Формат представления результатов	Презентация PowerPoint, документ Microsoft Word

**15.2. Комментарий к проекту**

Современное развитие системы образования диктует новое видение – развитие личности, самостоятельность в принятии решений. В данном случае роль преподавателя сводится к побуждению студентов к действию, к анализу, преподаватель становится организатором получения информации, источником духовного и интеллектуального импульса, побуждающего к действию. Вследствие вышесказанного роль проектной дея-

тельности в вузе как основного деятельностного подхода к формированию практического мышления очевидна.

Проектное образование в вузе, основанное на принципах деятельности, непрерывности и целостности, сегодня требует новых форм его осуществления, а значит новых методик и процедур. Данное обстоятельство толкает многие вузы к совершенствованию системы проектного обучения, как части дидактической, творческой, комфортной системы, позволяющей раскрыть потенциал студента, технологию достижения образовательных результатов, адаптировать студента к практической деятельности через коммуникативное взаимодействие как внутри группы, так и с предприятиями бизнеса. Проектная деятельность способствует мотивации студента к разработке основного результата обучения – знаний, навыка, материального продукта и др. Все это делает тему исследований актуальной.

Развитие проектной деятельности в ВВГУ можно продемонстрировать на примере кафедры маркетинга и торговли, исходя из исторических аспектов ее внедрения.

В 2018 г. во ВГУЭС был объявлен переход учебного процесса на проектное обучение. С этой целью была проведена учеба, по результатам которой в университете сложился коллектив первых руководителей проектов, которые взяли на себя осуществление управления проектными группами студентов. Преподаватели кафедры маркетинга и торговли Т.В. Тилиндис, Н.П. Белозерцева, О.Г. Марченко первыми начали данный процесс со студентами 2 курса направления «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Проекты первого этапа внедрения проектной деятельности:

1. «Выявление лояльности студентов к образовательной организации», внутренний заказчик – Ю.В. Разумова.
2. Выявление лояльности профессорско-преподавательского состава к образовательной организации, внутренний заказчик – Ю.В. Разумова.
3. Расчет окупаемости образовательной программы по направлению 38.03.06 Торговое дело, внутренний заказчик – С.Ю. Голиков.

Первые два проекта стали основой для формирования корпоративной культуры ВВГУ в рамках подготовки маркетинговой политики вуза.

Третий проект дал возможность эффективно подготовиться кафедре маркетинга и торговли ВГУЭС и в целом университета к аккредитации базовых направлений в 2020 г.

Данные проекты были оценены экспертами очень высоко, о чем свидетельствуют полученные оценки (порядка 49–50 баллов из 50 возможных). Ребята оценили такое построение учебного процесса положительно, отметив, что им пришлось быстро, четко и в короткий период времени погрузиться достаточно глубоко в новые знания, получить практический

опыт реализации поставленных задач, выстроить хорошее взаимодействие с заказчиком.

Положительно можно отметить и то, что внедрение проектной деятельности побудило всех членов процесса во главе с руководителем кафедры заняться поиском бизнес-партнеров. Были привлечены такие компании, как ООО «Приморский завод «Европласт», ООО «Приморский завод очистных сооружений», ООО «Владхлеб»; торговые компании – ООО «Реми»; ООО «ДНС»; ООО «Зелёный остров»; поставщики различных групп товаров на Приморский рынок – ООО «Ариадна»; государственные организации – Министерство промышленности и торговли ПК; Администрация города Владивостока; Союз «Приморская торгово-промышленная палата» и др.

Трудностями по проектной деятельности в начале пути были такие, как отсутствие нормативной и методической базы использования проектного управления в учебном процессе, недостаточное знание проектного инструментария и методов реализации. Хочется отметить и большой массив организационных преобразований, который невозможно было осуществить за короткий период времени.

Имеющиеся заказчики (предприятия, бизнес-партнеры, работодатели) представили список интересующих их тем с целью формирования у студентов определенного подхода к их решению, надеясь на новые креативные мысли молодежи. Самыми удачными проектами по направлениям подготовки кафедры маркетинга и торговли, по мнению бизнес-партнеров, стали «Оценка поставщиков в системе менеджмента качества ООО «Приморский завод «Европласт» г. Владивосток», «Оценка узнаваемости бренда агентства недвижимости “Этажи” во Владивостоке», «Расчет закупочной партии товарной категории и распределение заказа по торговой сети магазинов ДНС», «Соблюдение условий реализации, хранения и маркировки алкогольных напитков, реализуемых в торговых сетях», «Анализ процесса управления несоответствующей продукцией в рамках СМК ООО «Приморский завод “Европласт”», «Выбор поставщиков и расчет стоимости закупки материалов для обеспечения строительства города Владивостока» и др. Все выработанные решения и их результаты по проектной деятельности успешно внедрены на предприятиях.

В процессе работы бизнес-партнеры совместно с руководителями проектов и в отдельных случаях группами студентов, ставили задачи, предоставляли или совместно разрабатывали технические задания с целью обеспечения организации работы проектных команд и выработки способов для достижения всех целей.

На пути успеха в проектной деятельности, особенно в условиях постоянных изменений (неблагоприятная санитарно-эпидемиологическая обстановка, санкции, внутренние проблемы страны и компаний) все ост-

рее стоит проблема расширения круга бизнес-партнеров, для которых внедрение и использование данного инструментария может способствовать осуществлению всех целей управленческой деятельности. С учетом этого многие компании не знают, как работать в системе управления проектами, поэтому и отказываются от них. Часть, понимая и зная положительные аспекты такой работы, с воодушевлением начинают работать, порой не задумываясь о мере ответственности. Поэтому совершенствование таких вопросов в проектной деятельности позволит выстроить четкую структуру требований к процессу управления проектами и направит все силы для ее урегулирования, в том числе во взаимосвязи с внешними заказчиками.

Еще одной проблемой является то, что некоторые бизнес-партнеры выставляют слишком завышенные требования в технических заданиях, что отражается на студентах, так как они, в силу своей неопытности, незнания, неумения в необходимой мере анализировать информацию (2 курс) и загруженности (3 курс) не в полном объеме (порядка 50–60 %) выполняют проекты. Возможно, что здесь имеет место быть недоработка нормативных и методических требований по процессу. Поэтому совершенствование и в этой части проектной деятельности является на современном этапе ее развития актуальным.

Большой вклад во внедрение проектного обучения на кафедре МТ внесла разработка компетенций и ЗУВов для новых ФГОС 3 + + +. С этой целью был проведен мониторинг потребностей рынка, бизнеса, государственных структур в выпускниках, их квалификации. Оказалось, что использование проектного инструментария как компетентностного подхода в реализации практических задач на сегодняшний день актуально для всех сфер бизнеса. Совместно с бизнес-профессионалами работали над новым пониманием проектной деятельности, вовлекая их в инициативные задачи при формировании компетенций. В результате этого была сформирована команда единомышленников, которые стали разработчиками основных идей и базовых положений.

На кафедре сложился коллектив преподавателей, являющихся постоянными экспертами в области оценки проектов. Также в состав комиссий входили преподаватели других кафедр ВВГУ и заказчики, что обеспечило независимость, компетентность, объективность и справедливость при оценке работы проектных команд. Такая возможность работы с экспертами других кафедр позволила выстроить оптимальный, логичный и простой межкафедральный обмен мнениями, требованиями, навыками по процессу подготовки, представления и защиты проектов. Студенты не только защищали тематику проекта, но и разъясняли свою позицию по всем имеющимся вопросам комиссии, проявляли свою индивидуальную точку зрения и творческий подход.

Отмечено, что новой тенденцией в проектной деятельности нашей кафедры явилось установление взаимодействия с выпускниками по всем направлениям подготовки кафедры, которые стали одними из основных бизнес-партнеров, экспертов, что доказывает преемственность поколений и актуальность реализуемых проектов.

Новым опытом для студентов можно считать овладение навыком перекрестной оценки друг друга в команде, что позволило руководителям проектов объективно подойти к оценке успеваемости студентов. Таким образом внедрение и использование методики проектного обучения положительно повлияло на развитие и совершенствование всех этапов проектного управления, что принесло большую пользу как для участников проектов, так и для их руководителей и заказчиков.

Еще одним положительным результатом хочется отметить развитие в некоторых проектах научной и исследовательской мысли, которая выразилась в публикациях в различных журналах, в том числе входящих в перечень ВАК, Scopus.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК РАЗДЕЛА III

1. Багян, Г.А. Пути решения актуальных проблем государственного управления в Российской Федерации / Г.А. Багян, В.И. Лукашук // *Modern Science*, 2020. – № 5-1. – С. 450–454.

2. Бадмацыренов, Т.Б. Российский буддизм и социальные медиа: тувинские буддийские онлайн-сообщества Вконтакте. – Текст: электронный / Т.Б. Бадмацыренов, Ф.В. Хандаров, Д.Д. Бадараев // *Новые исследования Тувы*. 2020. – № 4. – С. 120–134. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_44336277\\_19193856.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44336277_19193856.pdf)

3. Барабашев, А. Г. Государственное и муниципальное управление. Технологии научно-исследовательской работы: учебник для вузов / А. Г. Барабашев, А. В. Климова. – Москва: Юрайт, 2021. – 194 с.

4. Белановский, С. Глубокое интервью и фокус-группы. – Текст: электронный / С. Белановский. – URL: <https://socioline.ru/book/sergey-belanovskiy-glubokoe-intervyu-i-fokus-gruppy>

5. Виштак, Н.М. Использование метода проектов в организации научно-исследовательской работы студентов технических вузов / Н.М. Виштак, И.А. Штырова, С.Н. Грицюк // *Современные проблемы науки и образования*. – 2016. – № 3.

6. Волков, Б.С. Анкетирование: Методы исследований в психологии. – Текст: электронный / Б.С. Волков. – URL: <https://uchebnik.biz/book/132-metody-issledovaniy-v-psixologii/9-anketirovanie/>

7. Воробьева, Л.В. Проект как форма самостоятельной работы студента. – Текст: электронный / Л.В. Воробьева. – URL: <https://urok.1sept.ru/articles/313883> (дата обращения 14.02.2022)
8. Государственное антикризисное управление: учебник для вузов / Е.В. Охотский [и др.]; под общей редакцией Е.В. Охотского. – Москва: Юрайт, 2020. – 371 с.
9. Государственное и муниципальное управление: учебник / под ред. Н.И. Захарова. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 288 с.
10. Данные по статистике населения трудоспособного возраста. – Текст: электронный / [Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю]. – URL: <https://primstat.gks.ru/>. Дата обращения ноябрь 2020 г.
11. Денисов, С.Г. Особенности религиозной ситуации и межконфессиональных отношений в современном российском мегаполисе. – Текст: электронный / С.Г. Денисов // Социология власти. – 2011. – № 4. – С. 67–75. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_17031058\\_71720864.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_17031058_71720864.pdf)
12. Зайнашева, Г.Н. Метод проектов в научно-исследовательской работе студентов. – Текст: электронный / Г.Н. Зайнашева, С.Г. Мингазова. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metod-proektov-v-nauchno-issledovatel'skoj-rabote-studentov/viewer> (дата обращения 14.02.2022)
13. Исследование бренда работодателя. – Текст: электронный // [Официальный сайт Mike Pritula Academy]. – URL: <https://pritula.academy/employer-brand> (дата обращения: ноябрь 2020).
14. Калиновская, И.Н. Теоретические аспекты подбора кадров с применением технологий искусственного интеллекта / И.Н. Калиновская // Право. Экономика. Психология. – 2021. – № 1(21). – С. 48–64.
15. Куда пойти учиться: в топ-100 лучших вузов попали десять вузов Дальнего Востока. Дальневосточный капитал. – Текст: электронный // Деловой журнал Дальневосточного федерального округа. Опубликовано DVKapital 14.07.2021. – URL: <https://dvkapital.com/archives/3653> (дата обращения: 19.07.2021).
16. Лазарев, Г.И., Влияние сектора креативной индустрии на инновационное развитие экономики Приморского края. – Текст: электронный / Г.И. Лазарев, В.А. Андреев, А.Р. Шкробот. – URL: <https://creativesconomy.ru/lib/111087> (дата обращения: 01.03.2022).
17. Молотков, Ю.И. Система управления проектной деятельностью в органах власти Российской Федерации / Ю.И. Молотков // Профессиональное образование в современном мире. – 2019. – Т. 9, № 2. – С. 2720–2734.
18. Мультимедиа технологии: аннотация, рабочая программа дисциплины. – Текст: электронный. – URL: <https://www.msun.ru/upload/folders/>

sveden/education/ann/2020/01\_vo/09.03.01/Б1.О.19 Мультимедиа технологии.pdf (дата обращения: 19.07.2021).

19. Нигай, Е.А. Организация предприятий малого и среднего бизнеса: учебник / Е.А. Нигай, Е.С. Кошева, К.В. Смицких. – Москва: КноРус, 2021. – 226 с.

20. Нигай, Е.А. Оценка текущей и перспективной потребности в наемном труде: региональный аспект: монография / Е.А. Нигай, Т.С. Бойко, М.И. Разумовская. – Хабаровск: Хабаровская гос. акад. экономики и права, 2010. – 176 с.

21. Новости: «Включайся в государственное управление». – Текст: электронный / [Официальный сайт Правительства Приморского края]. – URL: <https://primorsky.ru/news/264004/> (дата обращения: 01.03.2022).

22. Новости: Запуск конфигуратора областей аккредитации. – Текст: электронный / [Официальный сайт Росаккредитации]. – URL: <https://fsa.gov.ru/press-center/news/13016/> (дата обращения: 01.03.2022).

23. О свободе совести и о религиозных объединениях: Федеральный закон РФ № 125-ФЗ от 26.09.1997 г. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_16218/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16218/)

24. О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года: Указ Президента РФ № 1666 от 19.12.2012 (ред. от 06.12.2018). – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_139350/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_139350/)

25. Организационно-правовые документы и локальные акты. – Текст: электронный / [Официальный сайт НИУ ВШЭ]. – URL: <https://www.hse.ru/docs/index.html> (дата обращения: 01.03.2022).

26. Питухин, Е.А. Алгоритмы формирования практикоориентированной образовательной программы на основе профстандартов / Е.А. Питухин, О.А. Зятева, Л.В. Щеголева // Университетское управление: практика и анализ. – 2018. – Т. 22, № 3(115). – С. 49–60.

27. Питухин, Е.А. Разработка системы классификации профессиональных компетенций в IT-сфере. – Текст: электронный / Е.А. Питухин, А.И. Тулаева, И.М. Шабалина // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 10-2. – С. 250–254. – URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41820> (дата обращения: 19.07.2021).

28. Положение о практической подготовке. – Текст: электронный / [Официальный сайт НИУ ВШЭ]. – URL: <https://www.hse.ru/docs/-490476951.html> (дата обращения: 01.03.2022).

29. Положение о проектной деятельности. – Текст: электронный / ВВГУ [сайт]. – URL: <https://pio.vvsu.ru/project-education/about/> (дата обращения: 01.03.2022).

30. Положение о Центре проектного обучения. – Текст: электронный / ВВГУ [сайт]. – URL: <https://www.vvsu.ru/about/divisions/academic/>

dep/id/1141402/tsentr\_proektnogo\_obucheniia/ (дата обращения: 01.03.2022).

31. Проектная деятельность. – Текст: электронный / ВВГУ [сайт]. – URL: <https://pio.vvsu.ru/> (дата обращения: 01.03.2022).

32. Проектное обучение: практики внедрения в университетах / под общ. ред.: О.В. Лешукова, Н.В. Исаевой, Л.А. Евстратовой. – Москва: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2018. – 154 с.

33. Проектный менеджмент: теория и практика: учебное пособие и практикум для бакалавриата / Ю.И. Литвин, И.Ю. Литвин, Р.Р. Харисова. – Москва: Прометей, 2020. – 240 с.

34. Профстажировки 2.0. – Ресурс: электронный / ПРОФСТАЖИРОВКИ.РФ [сайт]. – URL: <https://»Профстажировки.рф»> (дата обращения: 23.03.2022).

35. Расчёт репрезентативной выборки. – Текст: электронный. / Каталог онлайн-калькуляторов [сайт]. – URL: <https://allcalc.ru/node/100> (дата обращения: ноябрь 2020)

36. Сосновская, А.М. Проектная деятельность как требование развития систем в современных условиях / А.М. Сосновская, А.В. Мурашев // Управленческое консультирование. – 2018. – № 9. – С. 120–129.

37. Становление университетов-лидеров: мировая практика и российская перспектива: аналит. докл. / под ред. В.С. Ефимова. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018. – 112 с.

38. Stepik-конструктор онлайн-курсов. Курс «Тестирование государственных служащих». – Текст: электронный. – URL: <https://stepik.org/course/58894/promo#toc?auth=login> (дата обращения: 01.03.2022).

39. Уголовный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон № 63-ФЗ от 13.06.1996. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699)

40. Яндекс.Wordstat – Ресурс: электронный / Яндекс [сайт]. – URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 31.03.2022).

41. Ярашева, А.В. Региональные аспекты трудовой занятости молодежи / А.В. Ярашева // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2018. – № 4. – С. 45–52..

42. Belikova, E.O., Dulina, N.V. (2019) Digital field of communication of religious organizations. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*. Т. 9. № 1. С. 6600-6603. URL: <https://www.elibrary.ru/-item.asp?id=41701023>

43. Campbell, H. (2016) Surveying theoretical approaches within digital religion studies // *New Media and Society*. Vol. 19. No. 1. P. 1–10.

44. Education-vl. – Текст: электронный. – URL: <https://education-vl.wixsite.com/education-skills>



45. Ji-Woon and Seo Lee, Hee-Suk. A Study on the API Gateway for human resources management modules extensions in ERP // *Journal of The Korea Society of Computer and Information*. 2021. 26 (2). P. 79–88.

46. Kim, Taeyeon, Human Resource Management, Organizational Performance, and Publicness: The Case of Korean Higher Educational Institutions // *The Korean Journal of Policy Studies*. 2016. 31 (2). P. 41–69.

47. Made, S.I., Saputra, Kurniawan, K.A., Utama, I.K.J. The Effects of Strategic Planning, Human Resource and Asset Management on Economic Productivity: A Case Study in Indonesia // *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 2021. 8 (4). P. 381–389

48. Mushkudiani, Z., Gechbaia, B., Gigauri, I., Gulua, E. Global, economic and technological trends in human resource management development // *Access: Access to Science, Business, Innovation in Digital Economy*. 2020. Vol. 1. No 1. P. 53–60.

49. Patarapong Intarakumnerd. Human resource management and coordination for innovative activities in production networks in Asia: a synthesis // *Asian Journal of Technology Innovation*. 2017. 25 (2). P. 199–205.

50. Sun, Chang Yong. A Comparative Study on Human Research Management between UK and Korea: Focusing on the Difference in National Culture // *Journal of Corporation and Innovation*. 2021. 44 (1). P. 19–36.

## **Раздел IV. ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ В ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫХ УНИВЕРСИТЕТАХ**

---

---

### **Проект 16. ОПЫТ СОПРОВОЖДЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ «СТАРТАП КАК ДИПЛОМ» В ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

**М.Х. Ибрагимова**

директор Дирекции проектного обучения и предпринимательства,  
старший преподаватель

*Дальневосточный федеральный университет  
Владивосток. Россия*

**Н**овые технологии, продукты, услуги и сервисы являются наиболее востребованными в нашем неопределенном VUCA-мире. В соответствии со «Стратегией научно-технологического развития Российской Федерации», утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642, одним из главных вызовов современности является «исчерпание возможностей экономического роста России, основанного на экстенсивной эксплуатации сырьевых ресурсов, на фоне формирования цифровой экономики и появления ограниченной группы стран-лидеров, обладающих новыми производственными технологиями и ориентированных на использование возобновляемых ресурсов» [4].

Через 4 года в Послании Федеральному собранию 15 января 2020 г. Владимир Путин подчеркнул, что «сегодня скорость технологических изменений в мире многократно возрастает, и мы должны создать собственные технологии и стандарты по тем направлениям, которые определяют будущее. Речь идет, прежде всего, об искусственном интеллекте, генетике, новых материалах, источниках энергии, цифровых технологиях» [6].

25 апреля 2022 г. Президент Российской Федерации подписал «Указ об объявлении 2022–2031 годов в Российской Федерации Десятилетием науки и технологий», в котором определены основные задачи, в том числе вовлечение талантливой молодежи в решение важнейших задач общества и страны [7].

Вышеперечисленные тезисы подтверждают актуальность технологического развития и поддержку на высочайшем уровне страны. Несмотря на это, в настоящее время наблюдаются разрывы в технологическом цикле, малое количество технологических предпринимателей, особенно среди молодого поколения.

Таким образом, возникают закономерные вопросы: какие инструменты использовать для вовлечения молодежи в развитие инновационной среды, разработку и коммерциализацию новых продуктов и сервисов? Как увеличить количество молодых технологических предпринимателей?

Одним из инструментов является программа «Стартап как диплом». В 2017 г. ДВФУ стал первым в России университетом, где практикуется защита дипломов в таком формате. Программа «Стартап как диплом» направлена на вовлечение талантливых студентов в развитие экосистемы технологического предпринимательства, поддержку стартапов на начальной стадии и их развитие в будущем [3].

Защиты дипломов в виде стартапов открывают широкие возможности по формированию вокруг университета и в регионе экосистемы инноваций и развитию технологического предпринимательства. Запуская собственные успешные бизнесы, выпускники подтверждают высокую квалификацию, приобретенную за годы обучения в университете.

ДВФУ предъявляет жесткие требования к соискателям этого формата: с момента запуска защитились 39 выпускников с проектами в области биоинженерии, нейротехнологий, виртуальной и дополненной реальности, искусственного интеллекта, робототехники и других направлений. В их проекты было привлечено более 12 млн рублей.

Программа «Стартап как диплом» – это круглогодичная поддержка молодежных команд по подготовке, поиску инвесторов, дальнейшему сопровождению сформировавшегося стартапа. В ней могут принимать участие студенты всех курсов и направлений подготовки. Технопарк «Русский», который работает в ДВФУ, развивает инновационную и предпринимательскую среду, в которой студенты генерируют идеи уникальных разработок, могут войти в команду участников с необходимыми компетенциями и создать успешные бизнесы. Сама защита диплома в виде стартапа – это демонстрация результата, который достигли студенческие команды за время обучения в университете.

Как же выстроен процесс реализации программы для студентов в университете? Можно выделить несколько ключевых этапов развития стартап-проекта (рис. 16.1).



Рис. 16.1. Ключевые этапы реализации стартап-проекта в университете

Стоит обратить внимание, что некоторые этапы могут реализовываться параллельно или меняться местами. Например, сначала сформировалась команда, потом – идея.

Как же они коррелируются с образовательным процессом и защитой выпускной квалификационной работы (ВКР) в университете? Именно для того, чтобы лучшие студенты имели возможность представить достижения в реализации проекта, была инициирована программа «Стартап как диплом».

Здесь будут приведены 3 кейса по сопровождению стартап-проектов в Школе экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета.

С чего все начинается? С идеи. Как правило, она появляется у одного студента или проектной команды. Это может произойти в рамках образовательного процесса, например, на дисциплине «Проектная деятельность», которая реализуется в Школе экономики и менеджмента ДВФУ с 2016 года. Так случилось с проектом «Смарт Лайф», который инициировали на парах студентки третьего курса направления подготовки 38.03.01 Экономика К. Ермошина и К. Вальтон.

Основным сигналом наличия проблемы студентки определили очереди на кассах в сетевых ритейлах рынка товаров повседневного спроса (Fast Moving Consumer Goods – FMCG) в г. Владивостоке. В течение пятого семестра команда погружалась в проблемную область, формулировала гипотезы, тестировала их с представителями целевой аудитории. Гипотезы о проблемах подтвердились, и в шестом семестре команда при-

ступила к разработке вариантов решений, которые позволяли бы удовлетворить потребности ключевых стейкхолдеров. На основе проведенного изучения трендов и потребностей целевой аудитории студентки сгенерировали несколько идей продукта, провели анализ существующих решений на отечественном и мировом рынке, выбрали наиболее оптимальный вариант и приступили к разработке прототипа – «умная магазинная тележка». Так как команда состояла только из студенток с направления подготовки 38.03.01 Экономика, то они столкнулись с недостатком компетенций в технической области.

Для восполнения данного разрыва я, как наставник, направила команду в Центр проектной деятельности ДВФУ, где они смогли выбрать консультанта по проекту, который в течение семестра помогал разобраться в технических особенностях конструкции «умной тележки», ее функциональности и т.д. Со своей стороны девушки рассчитывали себестоимость сборки прототипа и мелкосерийного производства, проводили тестирование решения в сетевых ритейлерах г. Владивостока.

Успешно защитив результаты работы за год в рамках дисциплины «Проектная деятельность», команда не прекратила заниматься проектом. В седьмом семестре студентки зарегистрировались на программу «Стартап как диплом» и написали заявления на закрепление темы ВКР. К тому моменту команда, актуализировав результаты исследования, приняла решение изменить свой продукт – разработать отечественное мобильное приложение с модулем сканирования товаров, действующим на основе технологии «Scan&Go», а также предоставляющим возможность оплаты покупок с помощью привязанной карты, «Apple Pay» или «Google Pay». Студентки занялись проработкой своего проекта в рамках дисциплин «Проектная деятельность» и «Бизнес-планирование». Кроме этого, я рекомендовала им для более глубокой проработки стартапа, привлечения в команду участников с необходимыми компетенциями (а именно, в области IT), получения всесторонней экспертизы продукта пройти образовательную программу по развитию проектной деятельности и предпринимательства среди студентов Дальнего Востока «Дальневосточный старт» [5].

В рамках дисциплины «Проектная деятельность» команда проводила изучение потребностей целевой аудитории (посетителей и представителей сетевых ритейлеров) с помощью метода Customer Development. На программе «Дальневосточный старт» студентки привлекли в команду двух студентов-программистов, которые помогали с разработкой приложения, еженедельно тестировали решение с разными экспертами и дорабатывали его с учетом обратной связи. В рамках дисциплины «Бизнес-планирование» они определяли потенциальный объем рынка, себестоимость продукта, первоначальные затраты, планируемые доходы стартапа, его инвестиционную привлекательность.

В итоге в течение семестра команда качественно проработала проект (подтвердила гипотезы, получила несколько экспертных оценок, сформировала бизнес-план) и разработала первоначальный прототип мобильного приложения. Результаты студентки защитили на Demo Day «Дальневосточного старта», одновременно с этим пройдя первый отбор в программу «Стартап как диплом».

Следующими задачами были привлечение финансирования в проект и доработка прототипа, так как их наличие обязательно в соответствии с требованиями программы «Стартап как диплом». Данные задачи студентки планировали реализовать в рамках преддипломной практики и второго модуля «Дальневосточного старта». В течение нескольких месяцев объединенная команда работала над проектом: была подана заявка для получения гранта, велась работа над прототипом. Но в силу потери интереса к проекту со стороны программистов, мобильное приложение не было разработано, и команда распалась. Студентки планировали, что смогут привлечь на работу специалистов, но результатов грантового конкурса еще не было.

Таким образом, команда приняла решение выйти из программы «Стартап как диплом» и защищаться в традиционном виде. Это регламентированный процесс: студенты, которые или не получили допуск до защиты ВКР в виде стартапа, или приняли решение выйти из программы, без рисков переходят обратно в традиционный вид, защищают прикладную работу на кафедре, но без представления прототипа и подтверждения финансирования.

Мы понимаем, что не все могут быть технологическими предпринимателями. Это одна из карьерных траекторий для выпускников. Работая над стартапами, студенты формируют и развивают практические компетенции, которые позволят им стать ценными сотрудниками для частных и государственных корпораций, способными генерировать креативные идеи для задач компаний.

Второй кейс также описывает команду, которая инициировала идею проекта в рамках образовательного процесса. В седьмом семестре в рамках дисциплины «Бизнес-планирование» два студента (Беяков Михаил и Кубатина Валерия) направления подготовки 38.03.01 Экономика начали работать над проблемой долгого ожидания заказа (кофе и другие напитки на вынос) в кофейнях г. Владивостока. Одновременно с этим команда зарегистрировалась на программу «Стартап как диплом» и написала заявления на закрепление темы ВКР, выбрав научным руководителем меня. Аналогично, как и в предыдущем кейсе, я рекомендовала им пройти программу «Дальневосточный старт» с теми же целями и задачами.

Данной команде «Coffee Order» было все-таки сложнее, чем проекту «Смарт Лайф», так как они находились на стадии первоначальной идеи в

седьмом семестре. Но сильная внутренняя мотивация студентов позволила им успешно справиться со всеми трудностями и успешно защититься в формате «Стартап как диплом».

На первоначальном этапе перед командой стояла задача проверить свои гипотезы о проблемах с представителями целевой аудитории: клиентами кофеен, бариста и владельцами заведений. Для проведения исследований студенты выбрали метод полуструктурированных интервью. В итоге команда подтвердила гипотезы и выделила следующие проблемы:

– среди владельцев заведений: «Владельцы кафе и кофе-точек недополучают потенциальную прибыль ввиду отказа некоторых клиентов от покупки напитков из-за длинных очередей в заведении»;

– среди работников заведений (бариста): «Высокая загруженность бариста в часы пик и их простой в обычное время, вследствие чего возникают длинные очереди, которые влекут за собой отказ некоторых клиентов от приобретения напитков»;

– среди клиентов кофеен: «Люди тратят много времени в очередях в кафе и кофе-точках либо вовсе вынуждены отказываться от покупки, что препятствует повышению продуктивности на работе/учебе и улучшению настроения».

Далее студенты генерировали идеи решений с помощью метода «Комбинация инсайтов», получили несколько идей, но остановились на мобильном приложении для предзаказов для клиентов и бариста, которое объединит в себе все кофейни Владивостока, где возможна продажа кофе «на вынос». Выбор данной идеи команда обосновала следующими тезисами:

На сегодняшний день можно выделить несколько аргументов в пользу актуальности идеи:

– кофе является продуктом, спрос на который с каждым годом растет. Особенно популярно брать кофе «на вынос», поскольку это позволяет экономить время;

– растет количество пользователей мобильных приложений в сфере продаж как в мире, так и в России;

– наблюдается тенденция к экономии времени на привычных для людей вещах, поскольку время – ценный ресурс;

– в г. Владивостоке не существует на сегодняшний день аналогичного приложения, однако аналоги есть в крупных городах мира, где они уже успели зарекомендовать себя.

Так как и данная команда состояла только из экономистов, то она также столкнулась с недостатком IT-компетенций в проекте. Поэтому в рамках программы «Дальневосточный старт» разместили объявление в общем чате с вакансией программиста, на которую откликнулся студент Школы цифровой экономики. После этого команда с новым участником

принялась за разработку прототипа – мобильного приложения. Одновременно с этим студенты-экономисты занимались разработкой бизнес-плана на дисциплине «Бизнес-планирование»: определяли потенциальный объем рынка, себестоимость продукта, первоначальные затраты, планируемые доходы стартапа, его инвестиционную привлекательность.

По итогам первого модуля объединенная команда успешно защитила упакованную идею проекта перед экспертами Demo Day «Дальневосточный старт» и прошла первый отбор программы «Стартап как диплом».

В весеннем семестре перед студентами стояли те же задачи, что и перед всеми выпускниками в формате «Стартап как диплом»: привлечь финансирование и разработать функциональный прототип или минимально жизнеспособный продукт (MVP), что планировалось реализовать в рамках преддипломной практики и акселератора «Дальневосточного старта».

В течение марта-апреля команда создала мобильное приложение и договорилась о его тестировании в трех кофе-точках на кампусе ДВФУ и в г. Владивостоке. Для этой цели команда по просьбе владельца заведения приобрела планшеты для бариста, так как им запрещено использовать личные мобильные телефоны во время работы. Каждый клиент имел возможность сделать предзаказ с помощью приложения, оставить обратную связь. В свою очередь, бариста принимали заказы и также комментировали работоспособность приложения. По итогам тестирования разработчик внес необходимые изменения в приложение, и MVP стал доступен для размещения в AppStore и PlayMarket.

Одновременно с этим студенты-экономисты занимались проведением переговоров с владельцами кофеен г. Владивостока на предмет проведения тестирования и последующей интеграции заведения в агрегатор команды. По итогам они смогли заключить договоры с двумя компаниями. После проведения переговоров студенты актуализировали расчеты в бизнес-плане с учетом реально достижимого объема рынка в первоначальном периоде реализации стартапа.

Кроме этого, студенты также работали в акселераторе «Дальневосточного старта» вместе с трекером, который помогал им продвигаться в развитии проекта и подсказывал, как выходить на рынок.

В конце мая 2021 года команда прошла второй отбор программы «Стартап как диплом» и получила допуск до защиты в таком формате. В течение июня студенты дорабатывали свои ВКР с результатами по проекту и в июле защитили их перед членами государственной экзаменационной комиссии «Стартап как диплом» на оценку «отлично».

Третий кейс описывает немного другой подход к генерации идеи проекта. Два студента направления подготовки 38.03.01 Экономика (Е. Безбородова и К. Лещинин) работали со мной в рамках проектной деятельности в первого курса.



На третьем курсе ребята в составе объединенной команды со студентами специальности 38.05.01 Экономическая безопасность и студентом Инженерной школы ДВФУ занимались проектом по созданию альтернативного источника энергии для решения проблем с электричеством в труднодоступных местах. Стоит отметить, что в таком составе команда образовалась на партнерском мероприятии, проводимом на базе ДВФУ. Проработав гипотезы, команда изменила направление проекта и сформулировала проблему: неудобно носить с собой проводные зарядки ко всем устройствам, это тяжело, они быстро изнашиваются. Для каждого устройства своя зарядка = большие затраты на каждое. Команда сгенерировала идею проекта, которая заключалась в создании беспроводной универсальной заряжающей платформы.

Так как среди студентов был обучающийся Инженерной школы, обладающий необходимыми компетенциями, команда смогла проработать прототип решения и протестировать его среди пользователей, которые дали обратную связь по доработке функционала или внешнего вида устройства. Данный проект ребята представили на Всероссийском конкурсе молодых предпринимателей в декабре 2019 года.

Особенностью работы данной команды являлось то, что у части из них была дисциплина «Проектная деятельность» (в частности, у двоих студентов направления 38.03.01 Экономика), они могли прорабатывать проект в рамках образовательного процесса. У другой части не было аналогичной дисциплины, следовательно, они работали только во внеучебной деятельности. На мой взгляд, это и стало причиной того, что команда распалась.

Но Е. Безбородова и К. Лещинин были нацелены на то, что инициировать и реализовать собственный стартап. Именно с таким запросом студенты пришли ко мне в начале четвертого курса на дисциплину «Бизнес-планирование». На тот момент у них не было идеи проекта, старый они не были намерены продолжать. Поэтому пришли с вопросом, где взять идею? Мы вместе сходили на встречу в Центр проектной деятельности, и выяснилось, что к ним пришла с идеей проекта за консультацией по технической части студентка с направления подготовки 45.03.01 Филология. Суть ее стартапа заключалась в создании приложения с интегрированной технологией искусственного интеллекта, позволяющего свободно общаться людям с ограничениями по здоровью в части слуха и без ограничений. С помощью приложения можно было бы считывать русский жестовый язык и переводить его в текст и наоборот.

В таком составе команда сформировалась, зарегистрировалась на программу «Стартап как диплом» и начала активную работу в ноябре 2020 года. В течение двух месяцев студенты в интенсивном режиме погружались в проблемную область, формулировали и тестировали гипотезы о

проблемах, выделили одну и приступили к разработке решения. Первой задачей на данном этапе являлось изучить конкурентов. И студенты выяснили, что продукт с аналогичными характеристиками разрабатывается в университете в г. Новосибирске, провели встречу с представителями компании и выяснили, что они работали над своим стартапом в течение двух лет и только по истечении данного срока планируют выходить на рынок.

Наша проектная команда после встречи не смогла выделить четких конкурентных преимуществ в своем проекте и сместила фокус на решение другой проблемы у изучаемой целевой аудитории: люди с нарушениями слуха хотят обучаться новым профессиям, которые востребованы на рынке и хорошо оплачиваемы, но ввиду крайне маленького количества обучающих курсов для глухих и слабослышащих, они не могут развивать профессиональные компетенции и интегрироваться на рынок труда.

В качестве решения указанной проблемы студенты предложили создать адаптированную образовательную онлайн-платформу для слабослышащих людей, которая будет включать в себя блоки курсов по различным направлениям, способствующим получению специального и дополнительного образования для глухих людей. Каждый курс будет переведен и адаптирован сурдопереводчиками для наиболее успешного усвоения программы обучения.

Когда проектная команда стала работать с указанным решением, из состава вышла студентка с направления подготовки 45.03.01 Филология. Но при этом в команде остались студенты с направления подготовки 02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование информационных систем и переводчик с русского жестового языка, который не являлся студентом ДВФУ.

В период с января по май студенты разрабатывали прототип платформы, записывали видео-курс по основам дизайна (на основе проведенных интервью и опросов они узнали, что данный курс востребован у целевой аудитории), пересчитывали бизнес-план под новый продукт, тестировали решение и дорабатывали его, получали обратную связь от экспертов в рамках акселератора программы «Дальневосточный старт», по итогам которого получили допуск до защиты в формате «Стартап как диплом».

В июле 2021 года Е. Безбородова и К. Лещинин успешно защитили свои ВКР в виде стартапа. Но команда не бросила свой проект и продолжает заниматься им. Поступив в магистратуру Школы экономики и менеджмента (ШЭМ), студенты развивают проект в рамках образовательного процесса. За прошедший год в стартапе разработан и записан курс по финансовой грамотности, который курируется наставником от ШЭМ. А студенты направления подготовки 02.03.03 Математическое обеспечение

и администрирование информационных систем в текущем учебном году выходят на защиту в формате «Стартап как диплом» с MVP – разработанной и функционирующей онлайн-платформой.

В заключении стоит отметить, что в статье представлены три разных кейса по сопровождению студенческих проектов в рамках программы «Стартап как диплом». Все три истории имеют некоторые схожие признаки, но при этом и отличаются друг от друга: результатами, историей успеха и дальнейшим развитием. В рамках образовательного процесса (дисциплина «Проектная деятельность») и внеучебной деятельности («Дальневосточный старт») студенты во время обучения могут инициировать свои собственные проекты, проверять гипотезы, ошибаться, начинать снова. Они могут определиться, хотят ли быть технологическими предпринимателями в будущем или пойти в найм. Для меня, как научного руководителя и руководителя программы «Стартап как диплом» в ДВФУ, оба результата являются отличными, так как я знаю, что, пройдя через программу «Стартап как диплом», студенты получают широкий пул необходимых предпринимательских и проектных компетенций, позволяющих им реализовать себя в будущем.

**Проект 17. РАЗРАБОТКА ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ  
НА ФОРМИРОВАНИЕ И ЗАПУСК БЛОКОВ ФИНАНСОВЫХ  
УСЛУГ ПРОБНОЙ ВЕРСИИ ЭЛЕКТРОННОЙ ПЛАТФОРМЫ  
РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКИХ УСЛУГ (АЛЬФА-ВЕРСИЯ)**

**Л.К. Васюкова**

канд. экон. наук, доцент, руководитель магистратуры

**О.Н. Васюков**

доцент

*Дальневосточный федеральный университет  
Владивосток. Россия*

**17.1. Паспорт проекта**

1. Общие сведения	
Наименование проекта	Разработка технического задания на формирование и запуск блоков финансовых услуг пробной версии электронной платформы рекреационно-туристских услуг (альфа-версия)
Заказчик	Кроноцкий заповедник (Камчатский край)
Руководитель проекта (ФИО, место работы, должность, контактные данные)	Л.К. Васюкова – канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансы и кредит» ШЭМ ДВФУ. Васюкова Л.К. имеет большой опыт практической работы на предприятиях реального сектора экономики. В 1982–1994 гг. работала в научно-исследовательском и проектном институте ДВ ПромстройНИИпроект в должности инженера-конструктора, главного специалиста, начальника отдела. С 1994 г. Васюкова Л.К. работала в страховом бизнесе: экспертом, начальником департамента продаж, генеральным директором страховой компании
Проектный консультант	Н.А. Мосолова
2. Сведения о проекте	
Тип проекта	Прикладной (практико-ориентированный)
Цель проекта	Разработать к 20.06.2019 г. техническое задание на формирование блоков финансовых услуг для электронной платформы рекреационно-туристских услуг: блок «Страхование рисков туристов»; блок «Платежи» блок «Кредиты»

Роли студентов в проекте	Координатор – 1 Аналитик – 5
Студенты каких ООП могут участвовать в проекте	38.04.01 Экономика «Финансы» 38.04.01 Экономика «Государственный финансовый контроль»

## 17.2. Комментарий к проекту

Основной проблемой развития экотуризма является отсутствие коммуникационного взаимодействия между ООТП и субъектами, обеспечивающими оказание рекреационно-туристских услуг. Финансовый блок электронной платформы поможет решить проблему проекта в части взаимодействия финансовых организаций с другими субъектами.

Техническое задание необходимо для конкретизации плана работ и продуктового результата при разработке программного обеспечения для электронной платформы рекреационно-туристских услуг.

Блок «Страхование рисков туристов» разрабатывается в формате B2B2C для организации сотрудничества со страховыми компаниями, обеспечивающими страховать риски туристов, желающих посетить заповедные территории, а также для организации работы с туристами

Блок «Платежи» разрабатывается в формате B2B2C для организации работы с кредитными учреждениями – владельцами платёжных систем, желающими осуществлять платежи за приобретённые пользователями платформы услуги, а также для организации работы с потребителями представленных на платформе услуг.

Блок «Кредиты» разрабатывается в формате B2B2C для организации работы с кредитными учреждениями, готовыми кредитовать туристов на приобретение представленных на платформе услуг, а также для организации работы с потребителями представленных на платформе услуг.

Предполагается, что участники проектной группы, используя в ранее реализованном проекте алгоритм оценки рисков туристов, приобретающих путёвки на объекты туристско-рекреационных комплексов, подготовят прототип интеграционной части «Страхование рисков туристов», который может быть принят в качестве технического задания заказчиком для разработки и запуска пробной версии платформы (альфа-версия).

Предполагается, что при разработке блоков «Платежи» и блоков «Кредиты» будут проанализированы рыночные предложения по использованию существующих систем электронных платежей, а также кредитных продуктов, предлагаемых субъектами банковского рынка. На основании результатов анализа будут разработаны прототипы блоков «Платежи» и «Кредиты».

Полученные результаты позволят создать прототип интеграционных частей проекта, который может быть принят в качестве технического задания Заказчиком для разработки и запуска пробной версии платформы (альфа-версия).

Таблица 17.1

### Глобальные результаты проекта

Этап 1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прототип интеграционной части «Страхование рисков туристов»</li> <li>2. Аналитический отчёт о рыночных предложениях и лучших практиках применения систем электронных платежей</li> <li>3. Аналитический отчёт об оценке предложений кредитных продуктов для пользователей электронной платформы</li> <li>4. Выступление с групповым докладом на секции «Современные финансовые технологии» научно-практической конференции «Новая экономика, бизнес и общество»</li> </ol>
Этап 2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. План индивидуального научного исследования (синопсис)</li> <li>2. Презентация синопсиса</li> </ol>
Этап 3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прототип интеграционной части «Платежи»</li> <li>2. Прототип интеграционной части «Кредиты»</li> </ol>
Завершение проекта	<p>Комплект документации «Техническое задание для разработки интеграционных частей:</p> <p>«Страхование рисков туристов»</p> <p>«Платежи»</p> <p>«Кредиты»</p> <p>для разработчиков программного обеспечения электронной платформы («Финансовые блоки платформы»)</p>

### Примерный план/этапы реализации проекта

Необходимо провести первичную (предварительную/укрупненную) декомпозицию работ по проекту и выделить промежуточные результаты проекта (синхронизировать с контрольными точками\*). Эти контрольные точки станут вехами проекта и позволят проводить оценку прогресса руководителю проекта и администраторам проектной деятельности от школы. Минимум 2 контрольные точки. В проекте может быть больше двух контрольных точек, но для общего контроля, администраторы проектной деятельности будут контролировать достижение заявленных результатов по двум точкам.

Таблица 17.2

**Основные этапы реализации проекта**

Задачи/ этапы реализации	Период выполнения		Продуктовый результат
	Начало этапа	Завершение этапа	
Этап 1. Разработка прототипа интеграционной части «Страхование рисков туристов»	25.03.2019	24.04.2019	1. Прототип интеграционной части «Страхование рисков туристов» 2. Представление материалов исследования на секции «Современные финансовые технологии» Апрельской научно-практической конференции «Новая экономика, бизнес и общество»
Этап 2. Подготовка к защите идей индивидуальных проектов магистрантов (НИС «Научный стартап»)	25.04.2019	11.05.2019	1. План индивидуального научного исследования (синопсис) 2. Презентация синопсиса
Этап 3. Разработка прототипов интеграционных частей «Платежи», «Кредиты»	12.05.2019	15.06.2019	1. Прототип интеграционной части «Платежи» 2. Прототип интеграционной части «Кредиты»
Этап 4. Подготовка к защите отчёта о выполнении проекта: – доклад о результатах реализации проекта; – подготовка презентации.	17.06.2019	29.06.2019	Комплект документации «Техническое задание для разработки интеграционных частей: 1. «Страхование рисков туристов» 2. «Платежи» 3. «Кредиты» для разработчиков программного обеспечения электронной платформы («Финансовые блоки платформы»)

\* 1 контрольная точка: 25 апреля – 11 мая 2019 года

2 контрольная точка: 17 июня – 29 июня 2019 года

№ п/п	Подпроект / задача	Потенциальный научный руководитель и консультант магистерской диссертации / Роль в проекте	Запрос на магистранта (кол-во и ОП)	Требования к магистранту на входе	Образовательный результат	Продуктовый результат
1	<p>Разработка прототипа интеграционной части «Страхование рисков туристов» /</p> <p>1. Разработка документации технического задания (блок «Страхование рисков туристов»)</p> <p>2. Разработка прототипа «Финансовые блоки платформы»</p>	<p>Васюкова Л.К., канд. экон. наук, руководитель магистерской диссертации</p>	<p>2</p> <p>38.04.01 Экономика</p> <p>Финансы</p> <p>Государственный финансовый контроль</p>	<p>Знание основ страхования, методов оценки рисков.</p> <p>Владение навыками составления алгоритмов.</p> <p>Владение навыками финансового анализа.</p>	<p>1. Знание механизма идентификации и оценки рисков потребителей туристских услуг</p> <p>2. Умение применять методики оценки рисков для построения алгоритмов формирования страхового тарифа</p> <p>3. Владение навыками оценки рисков статуса потребителя туристских услуг</p>	<p>1. Комплект документации «Техническое задание для разработки интеграционной части «Страхование рисков туристов» для разработчиков программного обеспечения электронной платформы</p> <p>2. Комплект документации «Финансовые блоки платформы»</p>
2	<p>Разработка прототипа интеграционной модели блока «Платежи» /</p> <p>1. Разработка документации технического задания (блок «Платежи»)</p> <p>2. Сбор и обобщение информации о рыночных предложениях существующих систем электронных платежей</p>	<p>Васюкова Л.К., канд. экон. наук, руководитель магистерской диссертации / руководитель проекта</p>	<p>2</p> <p>38.04.01 Экономика</p> <p>Финансы</p> <p>Государственный финансовый контроль</p>	<p>Знание дисциплин:</p> <p>1. Финансы</p> <p>2. Финансовые рынки и финансовые институты</p> <p>Владение навыками финансового анализа.</p> <p>Хорошее знание английского языка для работы с иностранными источниками</p>	<p>1. Знание механизма функционирования современных платёжных систем</p> <p>2. Умение обобщать результаты исследований, проведённых российскими и зарубежными авторами для разработки предложений по совершенствованию процессов на финансовом рынке</p> <p>3. Владение навыками алгоритмизации финансовых операций</p>	<p>1. Комплект документации «Техническое задание для разработки интеграционной части «Платежи» для разработчиков программного обеспечения электронной платформы</p> <p>2. Аналитический отчёт о рыночных предложениях и лучших практиках применений систем электронных платежей</p>



№ п/п	Подпроект / задача	Потенциальный научный руководитель и консультант магистерской диссертации / Роль в проекте	Запрос на магистранта (кол-во и ОП)	Требования к магистранту на входе	Образовательный результат	Продуктовый результат
3	<p>Разработка прототипа интеграционной модели блока «Кредиты» /</p> <p>1. Разработка документации технического задания (блок «Кредиты») /</p> <p>2. Анализ предложений кредитных продуктов банков (не менее 3 банков) для кредитования туристов на приобретение представленных на платформе услуг</p>	<p>Васюкова Л.К., канд. экон. наук, руководитель магистерской диссертации</p>	<p>2</p> <p>38.04.01 Экономика</p> <p>Финансы</p> <p>Государственный финансовый контроль</p>	<p>Знание дисциплин:</p> <p>1. Финансы</p> <p>2. Управление финансовыми рисками</p> <p>Владение навыками финансового анализа.</p>	<p>1. Знание методик разработки современных кредитных продуктов коммерческих банков</p> <p>2. Владение навыками оценки и выбора лучшего кредитного продукта в зависимости от рискованного статуса участников рынка туристических услуг</p>	<p>1. Комплект документации «Техническое задание для разработки интеграционной части «Кредиты» для разработчиков программного обеспечения электронной платформы</p> <p>2. Аналитический отчет об оценке предложений кредитных продуктов для пользователей электронной платформы</p>

# Проект 18. РАЗРАБОТКА ИНТЕГРАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ФУНКЦИОНАЛА ЭЛЕКТРОННОЙ В2В ПЛАТФОРМЫ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

**О.Н. Васюков**  
доцент

*Дальневосточный федеральный университет  
Владивосток. Россия*

## 18.1. Паспорт проекта

1. Общие сведения	
Наименование проекта	Разработка интеграционной модели функционала электронной В2В платформы рекреационно-туристических услуг
Заказчик	Кроноцкий заповедник (Камчатский край)
Руководитель проекта (ФИО, место работы, должность, контактные данные)	<p>О.Н. Васюков – доцент кафедры «Финансы и кредит» ШЭМ ДВФУ. Имеет большой опыт практической работы на предприятиях реального сектора экономики.</p> <p>Предыдущий профессиональный опыт:</p> <p>член совета директоров, председатель ревизионной комиссии, председатель проектного комитета многопрофильной Холдинговой компании «Зеленые листья»;</p> <p>генеральный директор завода по производству строительных материалов ООО «Комбинат строительных материалов»;</p> <p>руководитель и участник проектов на производственных и торговых предприятиях, предприятий сферы услуг по внедрению:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– бухгалтерского и управленческого учета на базе 1С;</li><li>– финансовых структур предприятия на базе центров финансовой ответственности (ЦФО);</li><li>– стратегического и операционного планирования;</li><li>– Системы Менеджмента Качества (СМК) ИСО 9000;</li><li>– реинжиниринга бизнес-процессов;</li><li>– стандартов управленческой отчетности и методологии анализа деятельности Холдинга;</li><li>– системы внутреннего контроля (СВК) и аудита;</li><li>– корпоративной системы управления проектами (КСУП)</li></ul>

2. Сведения о проекте	
Тип проекта	Прикладной (практико-ориентированный)
Цель проекта	В срок до 20.01.2019 систематизировать информацию о функционале (оказываемых услугах) электронной платформы для разработки интеграционной модели услуг, включающей: декомпозицию услуг до уровня функциональных блоков; матрицу взаимосвязи функциональных блоков и требований контрагентов
Роли студентов в проекте	Координатор – 1 Аналитики – 3 Программист – 1
Студенты каких ООП могут участвовать в проекте	38.04.01 Экономика «Финансы: Управление и развитие в современных экономиках»; 38.04.02 Менеджмент «Стратегический маркетинг» (или иная программа); 11.04.03 Конструирование и технология электронных средств.

Сайт: ВасюковОлег.рф

## 18.2. Комментарий к проекту

Команда проекта должна:

- собрать имеющуюся информацию у рабочих групп проекта и иных заинтересованных сторон в отношении оказываемых услуг;
- формализовать требования контрагентов с высокой степенью детализации;
- произвести декомпозицию услуг до уровня функциональных блоков;
- произвести сопоставление функциональных блоков и требований контрагентов;

Декомпозиция услуг до уровня функциональных блоков и сопоставление их с требованиями заинтересованных сторон позволит реализовать дальнейшие шаги по подготовке технического задания на:

- разработку финансовой архитектуры;
- разработку договорных отношений;
- автоматизацию бизнес-операций;
- и т.д.

Таблица 18.1

**Календарный план/этапы реализации проекта (учитывая сроки записи на проект и сроки начала-окончания проекта)**

Виды выполняемых работ:	Результат
Этап 1. Собрать имеющуюся информацию у рабочих групп проекта и иных заинтересованных сторон в отношении оказываемых услуг:	
– сбор данных об оказываемых услугах у членов рабочих групп проекта электронная платформа	Документ в форме таблицы
– сбор данных об оказываемых услугах контрагентов	Документ в форме таблицы
Этап 2. Формализовать требования контрагентов с высокой степенью детализации	
– собрать требования	Отчет
– структурировать требования	Документ в форме таблицы
Этап 3. Произвести декомпозицию услуг до уровня функциональных блоков	
– составить иерархический список услуг высокого уровня	Структура
– произвести декомпозицию услуг	Таблица
Этап 4. Произвести сопоставление функциональных блоков и требований контрагентов	
– сопоставить требования	Таблица

Таблица 18.2

**Перечень продуктовых результатов с привязкой к этапам (формы представления результатов проекта, которые подлежат оцениванию)**

Этап 1*	Иерархическая структура услуг высокого уровня
Этап 2*	Требования контрагентов с высокой степенью детализации
Этап 3*	Матрица сопоставления функциональных блоков иерархической структуры услуг и детализированных требований контрагентов
Завершение проекта	Сформированная матрица «Услуга-Требования» может являться входящей информацией для формирования договорной базы с контрагентами цифровой платформы.

\*количество этапов определяется руководителем проекта, но не менее двух этапов.

Виды деятельности, выполняемые студентом по проекту:

- сбор данных методом интервьюирования;
- систематизация и структурирование данных;

Перечень образовательных результатов, получаемых обучающимися.

Необходимо описать несколько образовательных результатов, то есть чему обучающиеся научатся в ходе выполнения работ по проекту.

Примеры soft skills (англ. «мягкие навыки»): умение работать в команде, проявлять навыки лидера, коммуникационные навыки, готовность действовать в нестандартных ситуациях и т.д.

Примеры hard skills (англ. «жесткие» навыки), то есть общепрофессиональные и профессиональные навыки, которым можно научить и которые можно измерить:

- разработка математических моделей сложных систем в сфере менеджмента;
- программирование;
- использование программных продуктов;
- использование оборудования;
- применение технологий.

Пререквизиты (требования к участникам проекта).

Все участники проектной группы должны владеть следующими компетенциями:

- 1) умением работать в группе;
- 2) знанием основ аналитической работы;
- 3) навыками поиска информации в Интернете и др. источниках;
- 4) навыками систематизации и структурирования информации;
- 5) коммуникативные навыки.

# Проект 19. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ БЛОКА «СТРАХОВАНИЕ РИСКОВ ТУРИСТОВ» ЭЛЕКТРОННОЙ ПЛАТФОРМЫ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ДФО

**Л.К. Васюкова**

канд. экон. наук, доцент, руководитель магистратуры

*Дальневосточный федеральный университет*

*Владивосток. Россия*

## 19.1. Паспорт проекта

1. Общие сведения	
Наименование проекта	Разработка концептуальной модели блока «Страхование рисков туристов» электронной платформы рекреационно-туристских услуг ДФО
Заказчик	Кроноцкий заповедник (Камчатский край)
Руководитель проекта (ФИО, место работы, должность, контактные данные)	Л.К. Васюкова – канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансы и кредит» ШЭМ ДВФУ. Л.К. Васюкова имеет большой опыт практической работы на предприятиях реального сектора экономики. В 1982-1994 гг. работала в научно-исследовательском и проектном институте ДВ ПромстройНИИпроект в должности инженера-конструктора, главного специалиста, начальника отдела. С 1994 г. Л.К. Васюкова работала в страховом бизнесе: экспертом, начальником департамента продаж, генеральным директором страховой компании
2. Сведения о проекте	
Тип проекта	Прикладной (практико-ориентированный)
Цель проекта	Разработка к 20.01.2019 г. концептуальной модели интеграционной части «Страхование рисков туристов» электронной платформы, включающей: а) блок «Оценка рисков туриста» б) блок «Формирование ценностного предложения B2B2C платформы» в) блок «Формирование портфеля страховых услуг».
Роли студентов в проекте	Координатор – 1 Аналитик – 5
Студенты каких ООП могут участвовать в проекте	38.04.01 Экономика «Финансы: Управление и развитие в современных экономиках» 38.04.01 Экономика «Государственный финансовый контроль»

## 19.2. Комментарий к проекту

Интеграционная часть «Страхование рисков туристов» предназначена для организации сотрудничества со страховыми компаниями, обеспечивающими страхование рисков туристов, желающих посетить заповедные территории.

Предполагается, что участники проектной группы проведут идентификацию рисков туристов, используя качественные методы исследования. Будет выбрана модель формирования тарифа и произведена актуарная оценка рисков туристов.

Участники проектной группы опишут алгоритм оценки рисков туристов, приобретающих путёвки на объекты туристско-рекреационных комплексов, который будет использован для подготовки прототипа интеграционной части «Страхование рисков туристов».

Предполагается, что в ходе работы над проектом будут исследованы потребности страховых компаний, работающих в сегменте страхования рисков туристов, и сформулированы ценностные предложения B2B2C.

Проектная группа сформулирует предложения к страховым компаниям и требования по формированию портфеля страховых услуг для туристов, приобретающих путёвки на электронной платформе.

Полученные участниками проектной группы результаты позволят подготовиться к созданию прототипа интеграционной части проекта, который может быть принят в качестве технического задания заказчиком для разработки и запуска пробной версии платформы (альфа-версия).

*Таблица 19.1*

### Календарный план/этапы реализации проекта (учитывая сроки записи на проект и сроки начала-окончания проекта)

Виды выполняемых работ	Сроки выполнения
Этап 1. Выполнение проектных работ:	15.10.2018–15.11.2018
1.1. Идентификация рисков туристов (качественные методы)	
1.2. Оценка рисков статуса туристов	
1.2.1. сбор страховой статистики по сегменту рынка;	
1.2.2. актуарная оценка рисков туристов.	
1.3. Описание алгоритма оценки риска туриста	
1.4. Модель блока «Оценка рисков туриста»	
Этап 2. Выполнение проектных работ:	16.11.2018–15.12.2018
2.1. Исследование потребностей страховщиков, страховых продуктов по страхованию рисков туристов, которые могут продаваться на платформе	

Виды выполняемых работ	Сроки выполнения
2.2. Составлению ценностного предложения страховым компаниям, которые могли бы продавать свои страховые продукты на платформе	
2.3. Модель блока «Формирование ценностного предложения B2B2C платформы»	
Этап 3. Разработка требований к страховым продуктам по страхованию рисков туристов, которые могут быть размещены на электронной платформе	16.12.2018–19.01.2019
3.1. Анализ страховых продуктов и оценка соответствия страховых продуктов и результатов актуарной оценки рисков	
3.2. Описание алгоритма выбора страхового продукта в соответствии с результатами оценки риска туриста	
3.3. Модель блока «Формирование портфеля страховых услуг»	
3.4. Оформление концептуальной модели интеграционной части «Страхование рисков туристов» электронной платформы	
Этап 4. Подготовка к защите отчёта о выполнении проекта: – доклад о результатах реализации проекта; – подготовка презентации.	По графику

Таблица 19.2

**Перечень продуктовых результатов с привязкой к этапам (формы представления результатов проекта, которые подлежат оцениванию)**

Этап 1	1.1. Матрица показателей оценки рисков туристов 1.2. Модель формирования тарифа по страхованию рисков туристов 1.3. Алгоритм оценки риска туриста и формирования страхового тарифа
Этап 2	2.1. Отчёт о результатах глубинных интервью с представителями страховых компаний, туристами 2.2. Отчёт о формировании ценностных предложений B2B2C платформы.
Этап 3	3.1. Карта соответствия страхового покрытия риску туриста 3.2. Алгоритм выбора страхового продукта
Завершение проекта	Концептуальная модель интеграционной части «Страхование рисков туристов» электронной платформы, включающая: – блок «Оценка рисков туриста» – блок «Формирование ценностного предложения B2B2C платформы» – блок «Формирование портфеля страховых услуг»

\*количество этапов определяется руководителем проекта, но не менее двух этапов.



**Виды деятельности, выполняемые студентом по проекту**

- 1) поиск и систематизация информации;
- 2) создание информационного массива для разработки и реализации проекта;
- 3) проведение глубинных интервью со стейкхолдерами;
- 4) аналитическая работа.

**Перечень образовательных результатов, получаемых обучающимися**

В процессе работы над проектом студенты получают следующие soft skills:

- 1) умение работать в команде;
- 2) навыки принятия организационно-управленческих решений;
- 3) лидерские навыки;
- 4) готовность действовать в нестандартных ситуациях.

Примеры hard skills (англ. «жесткие» навыки), то есть общепрофессиональные и профессиональные навыки, которым можно научиться и которые можно измерить:

- навыки разработки проектных решений с учётом фактора неопределённости;
- способность оценивать риски экономических агентов;
- способность оценивать эффективность проектных решений с учётом фактора неопределённости;
- способность собирать из различных источников информации аналитические данные и использовать их для проведения актуарных расчётов.

**Пререквизиты (требования к участникам проекта)**

Все участники проектной группы должны владеть следующими компетенциями:

- 1) умение работать в группе;
- 2) знание основ аналитической работы;
- 3) навыки поиска информации в библиотечных фондах, Интернете и др. источниках.

Координатор должен проявлять качества лидера и быть способен организовать работу коллектива.

## **Проект 20. ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТНОГО ОБУЧЕНИЯ В МЕДИЦИНСКОМ ОБРАЗОВАНИИ**

**И.П. Черная**

д-р экон. наук, профессор, проректор по лицензированию и аккредитации

*Тихоокеанский государственный медицинский университет*

*Владивосток. Россия*

Модернизация профессионального образования в современных условиях цифровой революции и угроз распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19 диктует необходимость внедрения инновационных и серьезной трансформации применяемых концепций и методов обучения. Среди них особое место занимает проектно-ориентированное обучение, которое называют эффективным методом развития навыков двадцать первого века, поскольку оно поддерживает критическое мышление и решение проблем, межличностное общение, информационную и медийную грамотность, сотрудничество, лидерство, креативность, гибкость и оригинальность. Оно также помогает развивать способности, навыки, отношения и ценности для понимания глобальных проблем в меняющейся экономике [11].

Внедрение проектно-ориентированного обучения в медицинское образование имеет свою специфику. Прежде всего подчеркнем, что данный метод зародился именно на медицинских образовательных программах. Считается, что он был впервые применен в 1969 г. на медицинском факультете Макмастерского университета в Канаде и впоследствии стал стандартной практикой в медицинской высшей школе. Как педагогический подход проектно-ориентированное обучение включает в себя несколько ключевых процессов: 1) определение проблем с точки зрения заданных ограничений или задач; 2) генерирование множества идей для решения данной проблемы; 3) прототипирование – часто в быстрой итерации – потенциальных решений проблем; и 4) тестирование разработанных продуктов или услуг решения в «живой» или аутентичной обстановке [10]. В этом смысле проектно-ориентированное обучение очень близко по содержанию проблемно-ориентированному обучению. Неслучайно в зарубежной литературе за ними обоими закрепилась аббревиатура PBL (по начальным буквам английских слов Project-Based Learning и Problem-Based Learning). Один из возможных подходов к пониманию разницы между ними – представление результата. В проектном обучении итогом является создание артефакта, позволяющее продемонстрировать владение

содержанием, в проблемно-ориентированном обучении необходимо представить решение четко определенной проблемы [13].

Сходство и различие данных методов обсуждается и в отечественной научной литературе. Как указывает В.А. Докторович, оба эти понятия тесно связаны с конструктивизмом, поскольку привлекают студентов к решению личностно-ориентированных задач для повышения качества обучения, но они не являются синонимами, могут быть использованы в сочетании и играть взаимодополняющие роли. Проектно-ориентированное обучение фокусируется, в основном, на модели производственной деятельности, проблемно-ориентированное обучение использует модель исследования. При этом ключевыми характеристиками проблемно-ориентированного обучения являются: долгосрочный характер выполнения проекта; охват нескольких дисциплин (или целой специальности); контекстуальный характер; коллективность обучения; сосредоточенность на проблеме и ее решении [2]. Анализ существующих подходов позволяет В.С. Хамидулину сделать вывод о том, что образовательный процесс связан и с проблемно-ориентированным обучением с его вниманием к слабо структурированным проблемам и проектно-ориентированным подходом с его вниманием к планированию, управлению и реализации проекта [8]. Это имеет принципиальное значение для организации образовательного процесса в Тихоокеанском государственном медицинском университете, в котором данная взаимосвязь во многом определяется отраслевой спецификой вуза.

В качестве иллюстрации данного положения используем факты современной истории проектно-ориентированного обучения в ФГБОУ ВО «ТГМУ» Минздрава России, развитие которой определяется несколькими системообразующими факторами.

Первый фактор связан с программно-целевым и программно-проектным подходом, реализуемым Министерством здравоохранения Российской Федерации, в том числе через систему национальных и федеральных проектов. В свете поставленных Президентом РФ задач по их выполнению медицинский вуз становится, с одной стороны, важным звеном, определяющим подготовку компетентных и востребованных кадров для отрасли, с другой – научной клинической базой, где осуществляются разработка и внедрение в практику эффективных инновационных технологий диагностики, лечения и реабилитации пациентов [9]. Очевидно, что выпускникам медицинских специальностей необходимы соответствующие компетенции управления проектами, которые составители «Атласа новых профессий 3.0» относят к числу надпрофессиональных навыков и умений [1]. Реализация образовательных проектов в этом случае носит преимущественно научно-исследовательский характер и осуществляется

в рамках производственных практик с учетом проблемной стратегии обучения.

Второй фактор развития проектно-ориентированного обучения на медицинских специальностях обусловлен участием обучающихся ФГБОУ ВО «ТГМУ» Минздрава России в проектах Всероссийского общественно-го движения «Волонтеры-медики», Приморское региональное отделение которого открыто в вузе с 2016 года. В рамках этого движения реализуется и Программа поддержки уникальных проектов «Новый старт», цель которой заключается в поддержке, развитии и реализации лучших добровольческих региональных проектов в сфере здравоохранения. Данное направление проектной деятельности связано преимущественно с внеучебной волонтерской деятельностью обучающихся, а также участием в различных конкурсах проектов, например по линии Росмолодежи. Результаты подготовки и осуществления таких проектов могут учитываться в балльно-рейтинговой системе соответствующих дисциплин и в портфолио студентов.

К третьему фактору необходимо отнести требования федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО 3++) по медицинским специальностям, обусловленные включением в них универсальной компетенции УК-2 «Способен управлять проектом на всех этапах жизненного цикла». Формирование данной компетенции у студентов нашего вуза начинается на первом курсе в рамках учебной дисциплины «Основы проектной деятельности». Подчеркнем, что актуализация данной дисциплины была сделана с учетом использования сквозных технологий в образовании и здравоохранении в результате присоединения ФГБОУ ВО «ТГМУ» Минздрава России в 2021 г. к Соглашению о создании Консорциума образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования на базе АНО ВО «Университет Иннополис» в статусе Опорного образовательного центра по направлениям цифровой экономики. Поэтому целью освоения данной дисциплины является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков по работе над проектами с использованием информационно-коммуникационных технологий. Учебный процесс по дисциплине проектируется преподавателем как специально организованный и самостоятельно выполняемый студентами комплекс действий, завершающихся созданием определенного группового проекта в контексте задач студенческого самоуправления и/или общероссийского движения «Волонтеры-медики». По итогам защит лучших проектов создаются условия для их реализации.

Совокупное действие названных системообразующих факторов формирует особую образовательную среду Тихоокеанского государственного медицинского университета, которую условно можно представить в виде проектно-ориентированной пирамиды. Ее основанием является проектная

деятельность обучающихся для формирования универсальных компетенций по управлению проектами на младших курсах в ходе изучения дисциплины «Основы проектной деятельности». Среднюю уровень данной пирамиды образует проектная деятельность для развития полученных ранее универсальных компетенций, а также формирование общепрофессиональных компетенций, связанных с разработкой проектов, заполнением проектной документации, работой в команде в рамках реализации проектов общероссийского движения «Волонтеры-медики» преимущественно на 2–3 курсах обучения по медицинским специальностям. Вершину данной условной пирамиды составляют образовательные проекты в рамках реализации профессиональных дисциплин как предпосылка и условие формирования управленческого и клинического мышления будущих специалистов практического здравоохранения на старших курсах университета.

Для обеспечения эффективности проектно-ориентированного обучения необходимы преподаватели, обладающие соответствующими компетенциями. Подготовка таких преподавателей в ФГБОУ ВО «ТГМУ» Минздрава России осуществляется на основе двух базовых принципов современного образования: обучение на рабочем месте и обучение действием. С 2016 г. в университете ежегодно проводится конкурс проектов по приоритетным направлениям развития среди научно-педагогических работников по нескольким номинациям, включая: подготовку или актуализацию контента для электронных образовательных ресурсов для основных и дополнительных профессиональных программ; разработку модулей воспитательной работы в рамках контактной работы с обучающимися при реализации учебной дисциплины; создание интерактивных VR-модулей для отработки навыков при освоении профессиональных компетенций методом полного погружения с использованием VR-гарнитуры Oculus Rift и др. Участники конкурса заполняют проектную документацию в установленной в вузе форме, набирают команду проекта из сотрудников научных и учебных подразделений и обучающихся.

Анализ показывает, что реализуемый в Тихоокеанском государственном медицинском университете подход к организации проектно-ориентированного обучения имеет свои преимущества и ограничения. Преимущества определяются системным и междисциплинарным характером, связью с потребностями волонтерского движения и практического здравоохранения, формированием у обучающихся навыков самоорганизации, работы в команде, самопрезентации. Опыт проектно-ориентированного обучения в вузе подтверждает описанную в литературе практику, обучение на основе проектов является очень полезным инструментом для мобилизации обучающихся всех курсов, вовлекающей интерпретации учебного содержания, приобретения новых знаний, а также для развития личных качеств, необходимых для сотрудничества с другими людьми и

решения проблемных ситуаций. К тому же проектное обучение считается высокоэффективным способом обучения и считается высшей степенью дидактического мастерства преподавателя [12]. Среди ограничений такого подхода можно выделить трудности с поиском новых идей для проектов, сложности в реальном выполнении проекта (ресурсы, информация, временные затраты), а также сильную зависимость от личности преподавателя, обусловленную не только наличием у него продвинутого уровня проектных и информационных компетенций, но и его мотивации. Эти ограничения требуют целенаправленной работы руководства структурных подразделений и вуза в целом.

**Проект 21. УСЛОВИЯ ИМПОРТА (ТАРИФНОЕ И НЕТАРИФНОЕ  
РЕГУЛИРОВАНИЕ) ГРЕБЕШКА И ТРЕПАНГА В КНР  
ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**А.А. Глухоманова**  
ст. преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**21.1. Паспорт проекта**

Название проекта	Условия импорта (тарифное и нетарифное регулирование) гребешка и трепанга в КНР для субъектов малого и среднего предпринимательства
Срок реализации проекта	14.09.2020 – 31.01.2021
Тип заказчика	Внешний заказчик
Заказчик	ООО «Центр учебных образовательных программ ВОЗ», А.П. Латкин – д-р экон. наук, профессор
Руководитель проекта	А.А. Глухоманова – ст. преподаватель кафедры маркетинга и торговли
Количество студентов	6
Направления подготовки	38.03.07 Товароведение
Критерии отбора студентов	Коммуникативность, умение работать в команде, проводить исследования и обрабатывать большой объем информации, умение работать на компьютере
Роль студентов в проекте (виды деятельности)	Аналитик (без ограничений по числу студентов). Программист на любом языке программирования (без ограничений по числу студентов). Руководитель группы, обеспечивающий контроль за выполнением проекта и организующий подготовку к контрольным точкам по проекту.
Тип проекта	Исследовательский
Проблема проекта	Недостаточно данных по условиям импорта (тарифное и нетарифное регулирование) гребешка и трепанга в КНР для субъектов малого и среднего предпринимательства
Цель проекта	Провести исследования процедуры импорта гребешка и трепанга в КНР для субъектов малого и среднего предпринимательства
Планируемые результаты проекта	Отчет по процедуре импорта продукции: цепи поставки гребешка и трепанга из Приморского края в КНР; перечень онлайн-платформ, с помощью которых можно найти поставщика в КНР для удобства коммерческих структур; разработанный и утвержденный проект критериев отбора инвестиционных проектов.

Требования к результатам	Отчет должен быть разработан с учетом нормативной документации
Формат представления результатов	Презентация PowerPoint, отчет Microsoft Word, аналитические таблицы Excel
Описание изменений проблемной ситуации	Заказчик получит детальную информацию о возможностях импорта дальневосточного трепанга и гребешка в КНР, для субъектов малого и среднего предпринимательства

## 21.2. Комментарий к проекту

В период с 14.09.2020 г. по 31.01.2021 г. группой студентов кафедры маркетинга и торговли ВВГУ, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.07 Товароведение под руководством старшего преподавателя кафедры маркетинга и торговли АА. Глухомановой, реализован проект «Условия импорта (тарифное и нетарифное регулирование) гребешка и трепанга в КНР для субъектов малого и среднего предпринимательства». Заказчик проекта – ООО «Центр учебных образовательных программ ВОЗ».

Основная проблема, на решение которой направлен проект, – недостаточность данных по условиям импорта (тарифное и нетарифное регулирование) гребешка и трепанга в КНР для субъектов малого и среднего предпринимательства.

Цель проекта – проведение исследования процедуры импорта гребешка и трепанга в КНР для субъектов малого и среднего предпринимательства.

Задачи, поставленные для достижения цели проекта, включали в себя:

- изучить условия импорта гребешка и трепанга в КНР;
- исследовать процедуру «Ветеринарный контроль водных биоресурсов и продуктов их переработки, произведенных на береговых предприятиях, при вывозе в пунктах пропуска и местах совершения таможенных операций».

Общий подход к организации работы по проекту предполагал формирование двух инициативных групп студентов, одна из которых отвечала за разработку всех необходимых документов, регламентирующих тарифное регулирование экспорта гребешка и трепанга в КНР. Вторая группа отвечала за проведение исследований. Распределение по группам не являлось фиксированным и могло корректироваться в зависимости от индивидуальных предпочтений каждого студента в отношении проводимых мероприятий.

В качестве стейкхолдеров проекта можно выделить участников ВЭД, государственные органы (Россельхознадзор) и заказчика проекта.



Командой была выстроена иерархическая структура работ по проекту (декомпозиция):

1. Оформление проекта: формирование команды и распределение ролей; коммуникация с руководителем и заказчиком; создание общего чата в WhatsApp и ссылки на встречи в Google Meet.

2. Предварительный сбор данных: онлайн-встреча с заказчиком; поиск данных и обсуждение предварительно собранной информации (описание российских аналогов и международных практик, анализ экспорта и импорта гребешка и трепанга; сбор информации об уровне цен на гребешок и трепанг).

3. Согласование выполненной работы с заказчиком: передача заказчику предварительного отчета (таблицы Excel, результаты опросов с помощью Google-форм); учет замечаний заказчика; исправление замечаний.

4. Защита проекта: передача данных заказчику; подготовка презентации к защите и письменного отчета; распределение ролей на защите; защита.

Встречи команды проекта с руководителем проходили каждый четверг по расписанию. Встреча руководителя проекта с заказчиком проекта – ежемесячно, для корректировки действий. С командой проекта заказчик поддерживал связь через Google Meet.

График реализации проекта представлен на рис. 21.1.

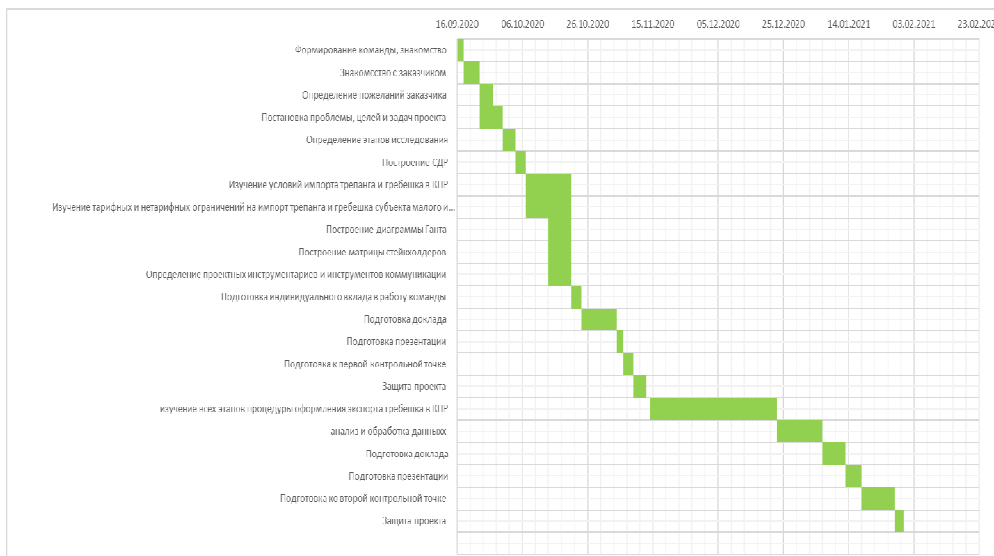


Рис. 21.1. Диаграмма Ганта

Несомненным достоинством проекта являлась его практикоориентированность, поскольку при наличии достаточно интересных и ярких идей студенты сталкиваются с рядом затруднений, вызванных отсутствием

необходимого опыта и знаний, в том числе о действующей нормативно-правовой базе, существующих налоговых режимах, программах поддержки и льготах со стороны государства.

В процессе решения поставленных задач использованы теоретические методы, такие как: анализ, синтез, аналогия; количественные методы (статистика).

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

Команда проекта столкнулась с некоторыми трудностями во время работы с проектом, первая из них – поиск информации по международным практикам, так как в Интернете было мало информации. Также возникли трудности с официальными сайтами экспорта гребешка и трепанга не на территории России, по причине того, что сайты были на родном языке (корейском, японском, китайском). Таким образом много времени уходило на перевод сайтов.

Степень вовлеченности студентов в проект была высокой. За время работы студенты успели сделать очень многое: провести анализ экспорта и импорта гребешка и трепанга, обработать аналитическую информацию по нормативной документации, необходимой для госрегулирования, подготовить письменные отчеты и грамотно их оформить, научились взаимодействовать друг с другом.

Одним из важных условий импорта морской продукции является обязательное соблюдение законодательных требований, предписанных правительствами стран. Импорт такой категории продукции в КНР предусматривается рядом следующих нормативно-правовых актов: Законом о качестве и безопасности пищевых продуктов, Законом о качестве и безопасности сельскохозяйственной продукции, Законом об инспекции импортных и экспортных товаров, Законом о Карантине животных и растений при экспорте и импорте, а также правилами их реализации. Помимо того, для проведения импорта следует учитывать Федеральный закон «О таможенном регулировании в Российской Федерации» и Таможенный кодекс Евразийского экономического союза.

Ключевые требования к проведению импорта морепродуктов в КНР регламентируются соответствующими органами, отвечающими за контроль данного процесса:

- Государственное управление КНР по контролю качества продуктов питания и лекарственных средств ([www.sfda.gov.cn](http://www.sfda.gov.cn));
- Министерство сельского хозяйства КНР ([www.moa.gov.cn](http://www.moa.gov.cn));
- Государственное управление КНР по контролю качества, инспекции и карантину;
- Государственное управление по сертификации и аккредитации ([www.cnca.gov.cn](http://www.cnca.gov.cn)).

Проведя детальный анализ условий импорта трепанга и гребешка в КНР, а также исследовав основные требования для данного процесса, нами была разработана схема «Цепь поставки гребешка и трепанга из Приморского края в КНР», отображенная на рис. 21.2.



Рис. 21.2. Цепь поставки гребешка и трепанга из Приморского края в КНР

Запуск процесса импорта становится возможным исключительно при наличии необходимого пакета документов: действующей лицензии федеральной службы по техническому и экспортному контролю (ФСТЭК), заключения ФСТЭК и разрешения комиссии по экспортному контролю (КЭК).

Кроме того, для успешного импорта ценных морепродуктов, представленных в качестве гребешка и трепанга, в КНР следует подготовить основные документы, представленные на рис. 21.3.

Заявка на предприятия производителя	Документы сопровождаителя	Сопровождение в ветеринарный пункт	Россельхознадзор
1. Форма пратни 2. Размер 3. Гарантия упаковки	1. Удостоверения качества 2. Сертификат соответствия 3. Декларация	1. Справка форма #2 Действует до границы. Контролирует все приходы и выходы со склада.	1. Селективы и различные средства обработки 2. Досмотр 3. Проверка по БОС (м. документы)

Рис. 21.3. Документы, необходимые для импорта гребешка и трепанга в КНР

После успешной подготовки документов и учета всех требований необходимо выбрать способ сбыта продукции через специальные каналы. Существует несколько вариантов поиска канала сбыта в КНР, студентами проведен анализ основных из них. Первый вариант подразумевает размещение продукции на специальных онлайн-платформах, предусматривающих использование объявления о продаже товара. Чтобы представленное объявление было заметным для пользователей, необходимо потратить средства на рекламу. Вместе с этим важно понимать, что предлагаемая продукция должна являться востребованной и конкурентоспособной в стоимостном отношении. Для эффективной торговой деятельности в Китае требуется произвести ряд алгоритмических действий: найти китайскую компанию импортера, адресно направить импортерам собственные предложения по продаже, связаться с ними и предоставить материалы хорошего качества на китайском языке. Только после этого появится возможность проводить переговоры о сбыте продукции.

Второй вариант – создание WFOE (Wholly Foreign-Owned Enterprise), представляющей собой организацию, созданную непосредственно в Китае, но официально принадлежащую иностранному инвестору. Данная организация выступает в роли полностью автономного финансового юридического лица, самостоятельно несущего законные обязательства. Рассматриваемый вариант является весьма результативным, поскольку предоставляет полноценный контроль над проведением сбыта в Китае. Кроме того, реализация этого способа дает возможность приобрести собственный склад в стране, получить местную лицензию на ведение бизнеса и сертификаты с разрешением на торговую деятельность.

В результате анализа существующих вариантов поиска каналов сбыта участниками проектной команды собрана подробная информация о китайских онлайн-платформах, с помощью которых можно найти поставщика для удобства коммерческих структур. Найденная информация представлена в таблице.

### Китайские B2B онлайн-площадки по поиску поставщиков и оптовой продукции

Название	Сайт	Штаб-квартира	Информация
Alibaba.com	<a href="http://www.alibaba.com">http://www.alibaba.com</a>	Ханчжоу, Китай	Всемирно известная компания по сбыту продукции через сеть Интернет. Площадка представляет обширный каталог товаров проверенных поставщиков, направляя их по всему миру. Сайт функционирует в разных режимах, доступных на множестве языков. В частности, адаптирован под русскоязычную аудиторию.
Made-in-China	<a href="http://www.made-in-china.com">http://www.made-in-china.com</a>	Нанкин, Китай	Известный китайский интернет-портал, который поставляет товары во многие страны мира. Представлен в официальной русской версии. Поддерживает глобальную торговлю, предоставляя поставщикам возможность осуществлять сбыт своей продукции.
Global Sources	<a href="http://www.globalsources.com">http://www.globalsources.com</a>	Гонконг	Платформа оптовых продаж, функционирующая в онлайн-режиме и поддерживающая сбыт продукции офлайн. Организует выставки поставщиков, предлагая компаниям масштабировать свои продукты на данной площадке. Сайт не нацелен на русскоязычную аудиторию, поэтому российским пользователям необходимо использовать транслейт, либо пользоваться основной версией с английским языком.
DHgate	<a href="https://www.dhgate.com">https://www.dhgate.com</a>	Пекин, Китай	Коммерческая онлайн-платформа, поддерживающая поставщиков в лице малых и средних предприятий, представляя их продукцию на сайте. Является трансграничной площадкой, использующейся для сбыта товаров по всему миру. Она имеет несколько расширенных версий для аудиторий разных стран, в том числе для сегмента русскоязычных посетителей сайта.
HKTDC	<a href="https://sourcing.hktdc.com">https://sourcing.hktdc.com</a>	Гонконг	Торговая компания, представляющая продукцию в рамках спланированных международных ярмарок и выставок, где презентуются преимущественно китайские товары для сбыта на аудиторию всего мира. Работает во многих коммерческих отраслях, предлагая на продажу товары разных категорий.

*Окончание табл.*

Название	Сайт	Штаб-квартира	Информация
Global Market	<a href="https://www.globalmarket.com">https://www.globalmarket.com</a>	Гуанчжоу, Китай	Китайский интернет-магазин, содержащий широкий каталог товаров в разных категориях, доступных по всему миру. Доступен на русском языке и имеет ряд функциональных инструментов по связи с поставщиками.
Yiwugo	<a href="https://en.yiwugo.com">https://en.yiwugo.com</a>	Иу, Китай	Онлайн-платформа, где представлен широкий ассортимент китайских товаров, поставляемых из торговых предприятий и малых коммерческих организаций города Иу. Площадка доступна всего на двух языках – китайском и английском.
DIYTrade	<a href="https://www.diytrade.com">https://www.diytrade.com</a>	Шэньчжэнь, Китай	Один из первых китайских Интернет-магазинов, который предлагает товары различных прямых поставщиков Китая многим странам мира. Сайт активно продвигает оптовые продажи. Доступен на нескольких языках за исключением русского.
MakePolo.com (Marco Polo)	<a href="http://en.makepolo.com/">http://en.makepolo.com/</a>	Пекин, Китай	Крупнейший коммерческий сайт, направленный на продажу китайских товаров от прямых поставщиков. Представляет не только официальные торговые компании, но и мелкие организации. Доступен в двух версиях – на английском и китайском языках.

По результатам исследования состояния и импорта ресурсов дальневосточного трепанга и гребешка в КНР было выявлено, что ресурсы дальневосточного трепанга и гребешка имеют большой спрос у стран Азии, в особенности Китая. Трепанг и гребешок как особо ценные морские продукты запрещено вывозить из России, если они выловлены из естественной среды обитания. Это обуславливает необходимость функционирования в Приморье специальных ферм, где происходит культивирование данных биоресурсов. Интенсивность промысла дальневосточного трепанга и гребешка с каждым годом увеличивается за счет государственной поддержки, инвестиционной помощи и мероприятий, направленных на поддержание эксплуатации марикультуры. В статье подобраны информационные ресурсы, которые помогут коммерческим предприятиям успешно импортировать трепанг и гребешок в КНР: необходимые документы в РФ

и КНР, способы поиска канала сбыта и информация о китайских онлайн-площадках.

Результаты для внешнего заказчика, полученные по проекту, включали в себя:

- аналитический отчет, согласованный с заказчиком по цепям поставки гребешка и трепанга из Приморского края в КНР;
- перечень онлайн-платформ, с помощью которых можно найти поставщика в КНР для удобства коммерческих структур;
- разработанный и утвержденный проект критериев отбора инвестиционных проектов.

В целом проект можно считать успешным, однако можно выделить и ряд ключевых проблем. Первой из них является проблема поиска спикеров для организации встреч. Руководитель проекта сталкивался с необходимостью задействования личных связей, которые в условиях функционирования на постоянной основе могут быть достаточно быстро исчерпаны.

Вторая проблема – это проблема преемственности. Поскольку период обучения студентов бакалавриата составляет 4 года, и в проектной деятельности, как правило, оказываются задействованными студенты второго-третьего курсов, получается, что, приобретя некоторый опыт в работе, студенты покидают проект, и возникает необходимость заново посвящать в детали его работы их преемников.

Таким образом, проект может оцениваться как перспективный и подлежит дальнейшей реализации при условии выполнения необходимых требований в части инфраструктурной поддержки.

## Проект 22. СОБЛЮДЕНИЕ УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ, ХРАНЕНИЯ И МАРКИРОВКИ СЛАБОАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

**Л.Ф. Степулёва**  
ст. преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

### 22.1. Паспорт проекта

Название проекта	Соблюдение условий реализации, хранения и маркировки слабоалкогольных напитков, реализуемых в розничных торговых сетях города Владивостока
Срок реализации проекта	14.09 – 28.12.2020
Тип заказчика	внешний
Заказчик	Департамент лицензирования и торговли Приморского края
Руководитель проекта	Степулёва Людмила Федоровна
Количество студентов	8
Направления подготовки	Товароведение
Критерии отбора студентов	Коммуникабельность, умение работать с большим массивом информации, умение работать на компьютере, способность к проведению исследования, обобщению и анализу информации
Роль студентов в проекте (виды деятельности)	Провести полевые исследования по соблюдению условий реализации, хранения и маркировки слабоалкогольных напитков, реализуемых в розничных торговых сетях города Владивостока
Тип проекта	Исследовательский
Проблема проекта	Отсутствие единой процедуры по контролю процессов реализации, хранения и маркировки товаров
Цель проекта	Разработка рабочего листа по оценке процесса реализации, хранения и маркировки товаров
Планируемые результаты проекта	Аналитический отчет о результатах исследования, содержащий анализ соблюдения требований по процессу реализации, хранения, маркировки товаров в РФ; рабочий лист по оценке процесса реализации, хранения и маркировки слабоалкогольных напитков
Формат представления результат	Оформленная презентация в PowerPoint и отчет в Word. Приложения в таблицах Excel



## 22.2. Комментарий к проекту

Командная работа была направлена на исследование рынка слабоалкогольных напитков, условий их хранения, реализации и маркировки, с целью проверки соблюдения всех требований к вышеназванным процессам.

Заказчиком исследовательской работы выступил департамент лицензирования и торговли Приморского края. Проблема проекта, на решение которой была направлена исследовательская деятельность студентов, связана с отсутствием единой процедуры по контролю процессов реализации, хранения и маркировки товаров.

Целью проекта являлась разработка рабочего листа по оценке процесса реализации, хранения и маркировки товаров.

Идея данного проекта направлена на следующие действия: собрать, изучить и выявить основные требования к процессу реализации, хранения и маркировки, с целью представления их в рабочем листе. Исходя из идеи проекта были сформулированы следующие задачи:

- выделить три блока документов, необходимых для дальнейшего рассмотрения и анализа;
- изучить, структурировать и систематизировать законодательные и нормативные документы по процессу реализации, хранения, маркировки товаров в РФ;
- изучить, проанализировать и структурировать требования документов в соответствии с выделенными блоками;
- разработать рабочий лист по оценке процесса реализации, хранения и маркировки товаров на примере выделенных групп на основе выявленных требований.

Для достижения поставленной цели организованы 3 команды по 8 студентов, для каждого из которых определены обязанности, которые необходимо выполнить в ходе работы над проектом. В команде состоялись следующие роли:

- лидер (координатор);
- оформитель презентации и доклада;
- составитель нормативной базы для проекта;
- генератор идей;
- аналитик проблем с этапами маркировки, хранения и реализации алкогольных напитков, представленных в торговых залах магазинов.

Для подтверждения результатов, полученных командами, встречи с руководителями проектов проходили по заранее утвержденному графику встреч в очном формате один раз в неделю. После изучения технического задания, представленного заказчиком, руководителем проекта предложен алгоритм работы.

На первом этапе оформления выполнены следующие задачи:

- сформирована команда для работы над проектом;
- определены этапы исследования;
- составлена и построена матрица стейкхолдеров;
- составлена структурная декомпозиция;
- определены проектные инструменты и инструменты коммуникаций;
- распределены роли между участниками;
- подготовлена презентация.

На основном этапе проекта командой поставлены и выполнены следующие задачи:

- подобраны нормативные документы;
- выделены три блока документов, необходимых для дальнейшего рассмотрения и анализа;
- изучены и структурированы документы по соответствующим блокам;
- разработаны рабочие листы по оценке процессов хранения, маркировки и реализации алкогольной продукции.

На этапе защиты проекта выполнены следующие работы:

- подготовлен доклад и презентация;
- рассмотрен индивидуальный вклад в работу каждого из участников проекта.

Для удобства отслеживания представленные процессы систематизированы с помощью проектного инструмента – диаграммы Ганта, представленного на рис. 22.1 и 22.2.

ЗАДАЧА	НАЧАЛО	ЗАВЕРШЕНИЕ
Формирование команды	16/09/20	18/09/20
Определение этапов исследования	18/09/20	23/09/20
Построение матрицы стейкхолдеров	23/09/20	03/11/20
Построение СДР	23/09/20	03/11/20
Определение проектных инструментариев и инструментов коммуникаций	24/09/20	26/09/20
Распределение ролей	24/09/20	25/09/20
Определение этапов, целей, задач и проблем проекта	25/09/20	22/10/20
Построение диаграммы Ганта	22/10/20	03/11/20
Поиск, изучение и анализ терминов по вопросам проекта	26/09/20	20/10/20
Подбор метода исследования проекта	22/10/20	03/11/20
Подготовка презентации	23/09/20	03/11/20
Подготовка к первой контрольной точке	04/11/20	10/11/20
<b>Защита первой контрольной точки</b>	11/11/20	
Подбор документов	08/10/20	28/10/20
Выделение 3 блоков документов необходимых для дальнейшего рассмотрения и анализа	28/10/20	30/10/20
Изучение, анализ и структурирование документов по соответствующим блокам	30/10/20	24/11/20
Выявление требований к процессам соблюдения условий реализации, хранения и маркировки крепких спиртных напитков	25/11/20	15/12/20
Разработка рабочего листа по оценке процесса реализации, хранения, маркировки алкогольной продукции	16/12/20	11/01/21
Составление экономики проекта	12/01/21	15/01/21
Корректировка диаграммы Ганта	12/01/21	17/01/21
Подготовка доклада	15/01/21	18/01/21
Подготовка презентации	15/01/21	18/01/21
Подготовка индивидуального вклада в работу	15/01/21	17/01/21
Подготовка к защите проекта	18/01/21	19/01/21
<b>Защита проекта</b>	20/01/21	

Рис. 22.1. Этапы выполнения работ

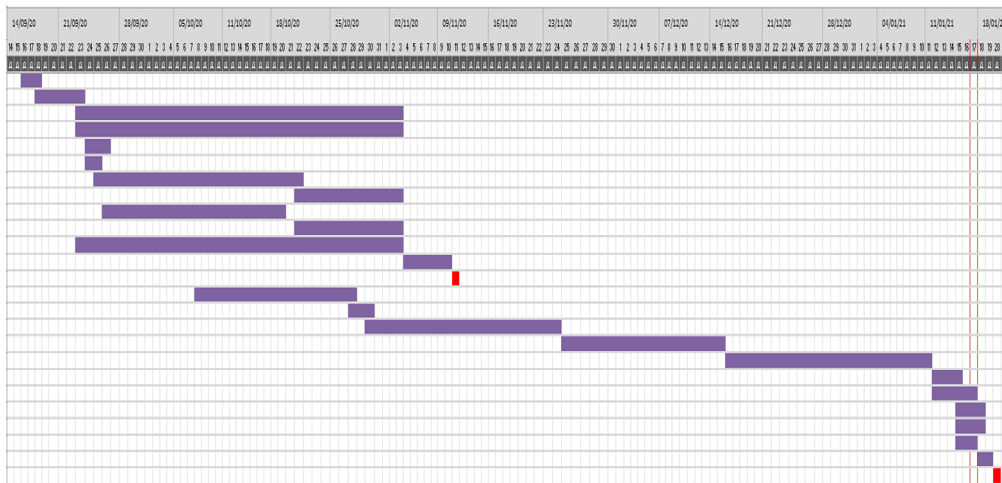


Рис. 22.2. Диаграмма Ганта

Используемые ресурсы коммуникаций помогли не только держать связь со всеми участниками команд и руководителями, но и составить терминологическую базу для удобства работы с алкогольными напитками, а также с их особенностями, связанными с этапами маркировки, хранения и реализации.

Как было сказано выше, ресурсы и терминология определений, связанных с алкогольными напитками, а также с процессами маркировки, хранения и реализации данных изделий была набрана, опираясь на нормативно-технические документы.

Для исследования соблюдения условий реализации, хранения и маркировки алкогольных напитков, реализуемых в торговых сетях города Владивостока, участники проектной команды посетили торговые предприятия, реализующие в ассортименте слабоалкогольные напитки и проверили соответствие процессов хранения, маркировки и реализации определенным нормам и требованиям.

Студенты составили и использовали таблицу с требованиями, применяемыми к акцизным маркам и маркировке слабоалкогольных напитков в целом.

В ходе выполнения данного проекта студентами разработаны рабочие листы для удобства оценки процессов реализации, хранения и маркировки алкогольных напитков, реализуемых в торговых сетях города Владивостока. Данные листы составлены, опираясь на подобранную базу нормативно-правовых документов. Для удобства использования требований к слабоалкогольной продукции вся необходимая информация из нормативных источников была объединена в соответствующие таблицы. Достигнутые студентами образовательные результаты представлены на рис. 22.3.



Рис. 22.3. Образовательные результаты, достигнутые к окончанию проекта

Заказчику в качестве итоговых результатов, после выполнения проекта, были предоставлены:

- три блока документов, в которых структурированы и систематизированы законодательные и нормативные документы по процессу реализации, хранения, маркировки товаров в РФ;
- рабочий лист по оценке процесса реализации, хранения и маркировки товаров на примере выделенных групп на основе выявленных требований.

**Вывод.** Высшее образование готовит студентов к решению профессиональных задач, выполнению социальных ролей и наилучшему проявлению своих способностей в различных жизненных ситуациях. Проектная деятельность является одним из наиболее эффективных инструментов для формирования этих компетенций.

## Проект 23. ПРОДВИЖЕНИЕ АККАУНТА КАФЕДРЫ МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

**Е.М. Трапезникова**

аспирант, ассистент кафедры маркетинга и торговли

*Владивостокский государственный университет*

*Владивосток. Россия*

### 23.1. Паспорт проекта

Название проекта	Продвижение аккаунта кафедры маркетинга и торговли в социальных сетях
Срок реализации проекта	14.09.2020 – 31.01.2021
Тип заказчика	Внутренний заказчик
Заказчик	Заведующий кафедрой маркетинга и торговли
Руководитель проекта	Е.М. Трапезникова – ассистент кафедры маркетинга и торговли
Количество студентов	6
Направления подготовки	38.03.06 Торговое дело
Критерии отбора студентов	Ответственность, ориентация на командную работу, уверенный пользователь ПК
Роль студентов в проекте (виды деятельности)	Лидер, аналитик, генератор идей, оформитель
Тип проекта	Прикладной
Проблема проекта	Нет притока подписчиков на аккаунты кафедры в социальных сетях, низкая вовлечённость аудитории
Цель проекта	Подготовить план продвижения, привлечь новых подписчиков и увеличить вовлечённость аудитории
Планируемые результаты проекта	Визуально оформленный профессиональный аккаунт с качественным контентом. Увеличение количества подписчиков на 10 % за время реализации проекта
Требования к результатам	1. Контент и визуальное оформление аккаунта должно соответствовать требованиям заказчика; 2. Контент-план и 10 подготовленных постов; 3. Коэффициент вовлечённости не менее 5%
Формат представления результатов	Отчет представляет собой презентацию в формате Power Point. По окончании выполнения работ отчет представляется заказчику на печатном и электронном носителях (по 1 экз.).
Описание изменений проблемной ситуации	Повышена узнаваемость аккаунта кафедры, готов контент-план продвижения аккаунта, есть результаты тестирования гипотез по продвижению.

## 23.2. Комментарий к проекту

Проектное обучение подразумевает достижение цели образования через выполнение обучающимися проектов. Проект в данном понимании – это технология обучения как совокупность методов решения задач, поставленных в рамках выполнения определенной деятельности<sup>1</sup>. Такая деятельность, как проект, должна быть комплексом взаимосвязанных мероприятий, направленных на решение определенных задач, которые в проектном методе совпадают с педагогическими задачами – развитие необходимых навыков, умений и т. п.

Трехлетний опыт реализации проектного обучения при подготовке бакалавров по направлению Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг и электронная торговля» показал, что структурные подразделения, имея возможность выступать в роли заказчиков проектов, могут использовать такой вид обучения в качестве эффективного инструмента продвижения образовательных услуг, а также параллельно решать ряд внутренних задач, на которые чаще всего нет достаточных финансовых и временных ресурсов, при этом позволяя студентам совершенствовать свои универсальные и общепрофессиональные компетенции, что безусловно является наиболее ценным для образовательных организаций.

Далее представлен практический опыт реализации проекта «Продвижение инстаграм-аккаунта кафедры маркетинга и торговли ВГУЭС», заказчиком которого являлось одноименное структурное подразделение Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. Проблемой проекта, на решение которой была направлена деятельность студентов – отсутствие регулярного постинга и идей для новых постов на официальной странице кафедры. Цель проекта заключалась в разработке и реализации контент-плана, способствующего притоку подписчиков, особенно абитуриентов.

Идея данного проекта была направлена на решение следующих маркетинговых задач структурного подразделения:

- повышение узнаваемости структурного подразделения;
- привлечение абитуриентов и их родителей;
- оперативное отслеживания мнений, настроений, пожеланий целевой аудитории (студентов, абитуриентов и их родителей).

Сравнительно небольшой опыт российских вузов в продвижении посредством социальных сетей и дефицит эмпирических данных по обозна-

---

<sup>1</sup> Иванова С.В., Пастухова Л.С. Возможности использования проектного метода в образовании и работе с молодежью на современном этапе // Образование и наука. 2018. Т. 20, № 6. С. 29–49; Трищенко Д.А. Опыт проектного обучения: попытка объективного анализа достижений и проблем // Образование и наука. 2018. Т. 20, № 4. С. 132–152.

ченной теме явились наиболее острыми проблемными вопросами при реализации проекта. Для достижения поставленной цели была организована команда проекта из 7 студентов 2 курса, каждый из которых мог самостоятельно выбрать себе роль в нем. Руководителем группы были представлены следующие роли на выбор участников:

- лидер (координатор);
- аналитик (3 вакансии);
- оформитель (2 вакансии);
- генератор идей.

Все встречи руководителя со студентами (еженедельно), а также совместные встречи с заказчиком (раз в 2 недели) проходили по заранее утвержденному расписанию в очном формате, так как предыдущий опыт реализации проекта показал, что данный формат взаимодействия является наиболее эффективным и результативным. После того, как было изучено техническое задание от заказчика, содержащее цель, проблему и идею проекта, и роли были распределены по членам команды, руководителям проекта был предложен алгоритм создания контент-плана (рис. 23.1), для дальнейшего распределения его основных этапов по участникам команды и составления плана будущей работы:

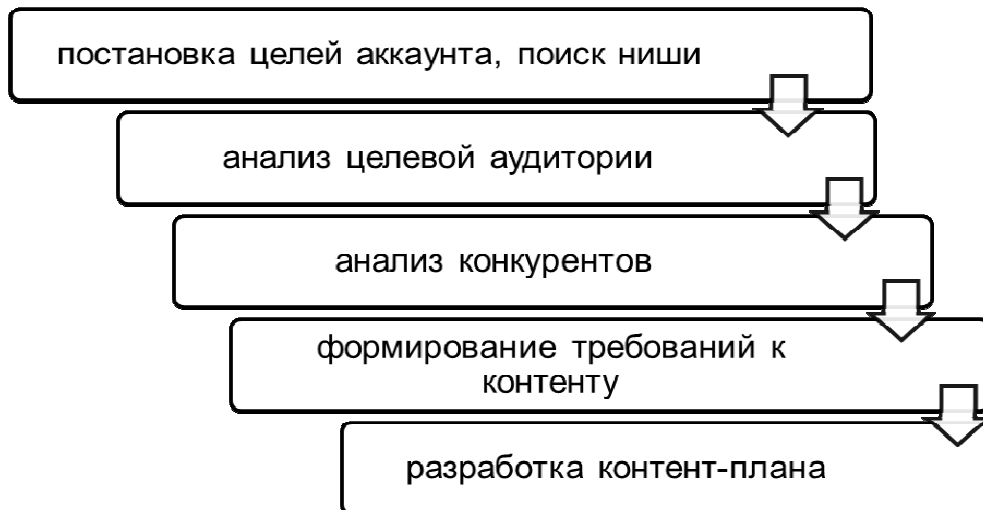


Рис. 23.1. Этапы создания контент-плана

Для удобства отслеживания текущих процессов и их состояния задачи были систематизированы с помощью такого проектного инструмента, как диаграмма Ганта (табл. 23.1).

Таблица 23.1

## Фрагмент диаграммы Ганта

Этапы создания контент-плана	Ответственное лицо (ФИО и роль)	Дата начала выполнения работы	Дата планируемого завершения работы	Фактическая дата завершения работы
...	...	...	...	...

Далее проектной командой, совместно с руководителем, выделены стейкхолдеры проекта, оценена их заинтересованность и степень влияния на проект. Для более наглядного представления информации студентами был использован такой программный инструмент, как матрица стейкхолдеров (рис. 23.2).

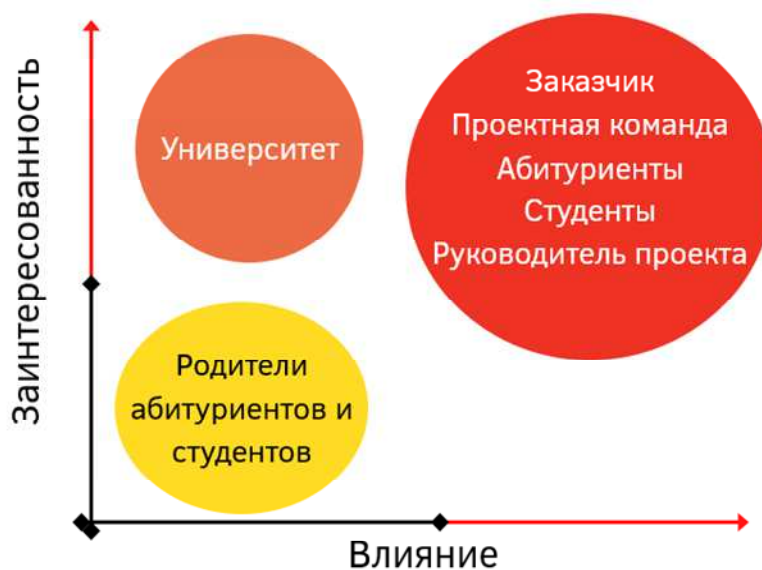


Рис. 23.2. Матрица стейкхолдеров проектов

На первом этапе разработки контент-плана, совместно с заказчиком, определены цели продвижения аккаунта. Первоочередная цель аккаунта в любой социальной сети – «продать» (представить в самом выгодном свете, заинтересовать), для образовательного учреждения – привлечь большее количество абитуриентов. Помимо этого, аккаунт должен был стать оперативным средством отображения новостного блока событий и его достижений, а также средством диалога между абитуриентами, студентами и представителями университета.



Для исследования предпочтений целевой аудитории одному из членов группы была поставлена задача исследовать и выбрать оптимальный метод посредством изучения специализированных научных статей, используя бесплатную поисковую сеть «Академия Гугл» и (или) другие аналогичные площадки. Анализ подписчиков инстаграм-аккаунта кафедры позволил выявить, что аудиторию можно разбить на две основные целевые группы: студент и абитуриент. Далее был проведен более глубокий анализ целевой аудитории с использованием опроса, а именно онлайн-анкетирования 60 подписчиков аккаунта, так как данный формат удобен при необходимости охватить большое количество участников, не контактируя лично с каждым, что было наиболее актуальным в период ограничений, введенных из-за новой коронавирусной инфекции. В результате исследования потребительских предпочтений обеих целевых групп был составлен список интересующих потребителей тем, представленный в табл. 23.2.

Таблица 23.2

**Результаты исследований потребительских предпочтений  
подписчиков аккаунта кафедры ММТ ВГУЭС**

Абитуриент	Студент
Отзывы о университете	Ответы на популярные вопросы
Количество бюджетных мест	Лайфхаки для студентов
Вступительные экзамены	Новости ВВГУ, информация о предстоящих мероприятиях
Стоимость обучения	Достижения студентов и преподавателей кафедры
Направления и профили подготовки	Возможности для реализации себя во ВВГУ
Будущие преподаватели	Интервью выпускников кафедры
Стипендии, общежитие	Жизнь студентов

На следующем этапе одним из аналитиков был проведен анализ крупных аккаунтов российских вузов, направленный на формирование более глубокого представления о требованиях к контенту. Метод поиска конкурентов, используемый в работе, – поисковый запрос с использованием ключевых слов. Таким образом были выявлены 5 аккаунтов российских вузов с наибольшим количеством подписчиков и охватом в социальной сети.

Сравнительный анализ каждого из аккаунтов проводился по ряду параметров:

- частота постинга;
- структура контента;

- количество символов в наиболее популярных публикациях;
- преобладающие виды контента по форме подачи информации;
- популярные темы (набравшие наибольшее количество лайков и/или комментариев);
- визуальное оформление, постоянные хештеги.

Результаты анализа позволили студентам выделить общие тенденции ведения аккаунта подобного типа и разработать общие рекомендации для разработки эффективного контент-плана для аккаунта кафедры, основанные на результатах представленных ранее анализов.

Далее представлен фрагмент контент-плана, разработанный проектной командой и утвержденный заказчиком (рис. 23.3).

Тип контента	Тема сторис	Способо передачи контента	Дата	01.окт	03.окт	04.окт	06.окт	08.окт	10.окт	11.окт	14.окт	15.окт
			Ответственный	Ганджа Л.С.	Удодова В.В.	Баранова П.А.	Афанасьева Ю.А.	Ганджа Л.С.	Удодова В.В.	Афанасьева Ю.А.	Баранова П.А.	Ганджа Л.С.
Информационный	торговли	Текст										
Информационный	Дайджест "Вы могли это пропустить"	Текст										
Информационно-развлекательный	Слово недели	Текст										
Развлекательный	Минута юмора (смешная картинка)	Фото										
Информационный	Логистам будет полезно (новости и полезные источники информации)	Текст										

Рис. 23.3. Фрагмент контент-плана

На выполнение описанных выше задач у обучаемых ушло 8 недель коллективной работы над проектом, промежуточные результаты представлены на защите первой контрольной точки и высоко оценены экспертной комиссией, состоявшей из сотрудников вуза и приглашенных представителей бизнес-среды (потенциальных работодателей студентов).

После этого участники команды поставили новые задачи на оставшиеся 8 недель реализации проекта:

- разработать визуальную концепцию;
- разработать шапку профиля аккаунта;
- сделать макеты для планируемого контента;
- реализовать контент план;
- замерить эффективность проделанной работы (по форме – табл. 23.3);
- оценить каждому свой личный вклад в результаты, полученные командой;
- оценить каждому, какие компетенции были им приобретены или усовершенствованы в процессе реализации всего проекта;
- оформить результаты работы для защиты на второй (итоговой) контрольной точке.

Таблица 23.3

**Форма для оценки эффективности реализации контент-плана**

Показатель	Месяц
Количество подписчиков, чел.	
Сумма реакций подписчиков, шт.	
Количество постов, шт.	
ERday, %	
ERpost, %	

На второй контрольной точке студентами были продемонстрированы следующие результаты:

- визуальное изменение профиля;
- структурное изменение профиля;
- наиболее успешные публикации;
- эффективность проделанной работы;
- фотографии командной работы;
- индивидуальный вклад каждого члена команды в полученный результат;
- компетенции полученные или усовершенствованные каждым из членов команды.

За 2 месяца ведения аккаунта согласно разработанной контент-стратегии произошло увеличение подписчиков аккаунта на 60 человек. Приведенная студентами статистика продемонстрировала рост количества реакций подписчиков. Средняя дневная вовлеченность увеличилась – 0,5%. Средняя вовлеченность по постам также значительно увеличилась за время активного ведения аккаунта, при этом за все время продвижения кафедры финансовых ресурсов задействовано не было. В качестве бесплатных инструментов продвижения были использованы хэштеги и геолокации. Таким образом, контент-план признан эффективным, а результаты проекта высоко оценены заказчиком и экспертной комиссией.

При рефлексии большее количество студентов выделили отсутствие навыков самоорганизации в качестве главной трудности, с которой они столкнулись в процессе работы. В результатах самооценки студентами полученных компетенций или усовершенствованных компетенций были выделены:

- командная работа и лидерство;
- системное и критическое мышление;
- коммуникация;
- самоорганизация;

– способность осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;

– способность анализировать и содержательно объяснять природу маркетинговых процессов;

– способность использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

Польза от проектного обучения состоит в возможности моделировать ситуацию реальной действительности и имитировать параметры настоящей, «естественной» среды, что максимально развивает необходимые способности у студентов. Кроме того, происходит сопутствующее решение некоторых других проблем образовательных учреждений и проблем образования в целом: ослабление контроля преподавателя над процессом, экономия времени и ресурсов, работа только с актуальной и полезной практически информацией, снижение доли устаревших подходов и информации, уменьшение объемов бумажной работы. Организация проектов, безусловно, требует больших трудовых и временных затрат преподавателей, для успешной их реализации, при этом результаты проектного обучения могут стать основой научных статей, тезисов на конференции, использованы в текущей работе заказчиков, или принятии стратегических решений.

#### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК РАЗДЕЛА IV**

1. Атлас новых профессий 3.0 / под ред. Д. Варламовой и Д. Судакова. – Москва: Интеллектуальная Литература, 2020.

2. Докторевич, В.А. К вопросу о структуре проектно-ориентированного обучения. – Текст: электронный / В.А. Докторевич. – URL: [https://upload.pgu.ru/iblock/9fc/doktorovich-v.a.-\\_k-voprosu-o-strukture-proektno\\_orientirovannogo-obucheniya-\\_v\\_.pdf](https://upload.pgu.ru/iblock/9fc/doktorovich-v.a.-_k-voprosu-o-strukture-proektno_orientirovannogo-obucheniya-_v_.pdf)

3. О программе «Стартап как диплом». – Текст: электронный. – URL: [https://www.dvfu.ru/startup\\_as\\_diploma/](https://www.dvfu.ru/startup_as_diploma/) (дата обращения: 15.06.2022)

4. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации № 642 от 01.12.2016 г. – Текст: электронный. – URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41449> (дата обращения: 13.06.2022).

5. Образовательная программа по развитию проектной деятельности и предпринимательства среди студентов Дальнего Востока «Дальневосточный старт». – Текст: электронный. – URL: <https://dvs.rutechpark.ru/> (дата обращения: 16.06.2022).

6. Послание Президента Федеральному Собранию 15 января 2020 г. – Текст: электронный. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/62582> (дата обращения: 15.06.2022).

7. Президент России определил основные задачи Десятилетия науки и технологий. – Текст: электронный. – URL: <https://edu.gov.ru/press/5056/prezident-rossii-opredelil-osnovnye-zadachi-desyatiletiya-nauki-i-tehnologiy> (дата обращения 15.06.2022)

8. Хамидулин, В.С. Модернизация модели проектно-ориентированного обучения в вузе / В.С. Хамидулин // Высшее образование в России. – 2020. – Т. 29, № 1. – С. 135–149.

9. Царькова, С.А. Совместная работа университета и практического здравоохранения – залог успешной реализации национального проекта «здравоохранение» / С.А. Царькова, Е.В. Савельева // Уральский медицинский журнал. – 2019. – № 6 (174). – С. 5–9.

10. Douglas, F. (2000). A Teacher's Guide to Project-Based Learning. – Текст: электронный. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/234773596\\_A\\_Teacher's\\_Guide\\_to\\_Project-Based\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/234773596_A_Teacher's_Guide_to_Project-Based_Learning)

11. Maros, M., Korenkova, M., Milan, Fila, Michal, Levicky & Maria Schoberova (2021) Project-based learning and its effectiveness: evidence from Slovakia, Interactive Learning Environments. – Текст: электронный. – URL: <https://doi.org/10.1080/10494820.2021.1954036>

12. Miller, E.C., Severance, S., Krajcik, J. (2021) Motivating Teaching, Sustaining Change in Practice: Design Principles for Teacher Learning in Project-Based Learning Contexts// Journal of Science Teacher Education, 32:7, 757-779 – Текст: электронный. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1046560X.2020.1864099>

13. Savery, J.R. (2006). Overview of Problem-based Learning: Definitions and Distinctions. Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning, 1(1). – Текст: электронный. – URL: <https://doi.org/10.7771/1541-5015.1002>

## **Раздел V. ОТ МОНОПРОЕКТОВ К СТРУКТУРИРОВАННЫМ ПРОЕКТНЫМ РЕШЕНИЯМ**

---

---

### **КОМПЛЕКСНЫЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ПРОЕКТЫ ВВГУ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ДОСТИЖЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА НА 2022–2023 гг.**

**В.А. Андреев**

доцент

*Владивостокский государственный университет*

*Владивосток. Россия*

**Р**еализация проектов по модернизации экономики, созданию социальной, общественной, инженерной и транспортной инфраструктуры требует комплексных, нестандартных решений, отличных от практики реализации краткосрочных проектов. Применение таких решений характеризуется многовекторностью задач, множественностью получаемых результатов, сложной структурой взаимодействия заказчика, исполнителя и бенефициаров проектов. Структурированные (сложные по составу) проектные решения, это наборы (портфели) различных по продолжительности проектов в различных дисциплинарных и отраслевых сферах под единым управлением, направленные на достижение единых целей и задач, инициатором которых выступает, как правило, один заказчик. При этом под структурированием понимается группировка проектов по одному из принципов – ведомственному, отраслевому, дисциплинарному, и установление иерархии в системе управления проектами.

С 2022 года университет ВВГУ взаимодействует с Правительством Приморского края в реализации комплексных проектов, направленных на достижение показателей развития региона (таблица).

Реализация сложных по составу (структурированных) проектных решений основана на следующих принципах:

а) использование проектных конфигураций (проектных платформ, проектных треков), объединяющих набор разрозненных проектов лексически, нормативно, технологически и организационно в единый механизм;

б) наличие структурной иерархии проектов, объединяемых в пулы по ведомственному или иному принципу, координация которых осуществляется Агентством проектного управления Приморского края, которое берет на себя роль проектного офиса и взаимодействует с университетом ВВГУ;

в) использование доказательных принципов разработки и принятия управленческих решений, при этом результатом должно быть четкое ранжирование проектов в порядке, определяющем степень их важности для экономики и социальной сферы Приморья.

**Проекты, курируемые Агентством проектного управления  
и реализуемые совместно с ФГБОУ ВО «ВВГУ» в 2022 г.**

Наименование проекта (ожидаемые результаты)	Тип проекта	Владелец результатов проекта
Анализ результатов опросов населения и результатов работы органов исполнительной власти в рамках Национальной стратегической инициативы (подготовка аналитических материалов, определение зависимости и закономерностей)	Информационно-аналитическое сопровождение ОИВ	Агентство проектного управления
Создание многофункциональной базы данных проектных специалистов с широким набором фильтров	Кадровый консалтинг	
Создание и поддержка портала проекта «Профессиональные кадры для Приморья»	Кадровый и IT-консалтинг	
Формирование моделей компетенций для органов исполнительной власти по профилям деятельности	Управленческий консалтинг	
Оптимизация типовых процессов Правительства (применение инструментов бережливого производства на процессе организации совещаний, согласования документов, внедрении изменений)	Управленческий консалтинг	
Ребрендинг Приморского центра занятости населения с «Биржи труда» к «Кадровому центру»	Управленческий консалтинг	Министерство труда и социальной политики
Привлечение студентов к мониторингу стандарта наличия и достаточности услуг в муниципалитетах Приморского края	Управленческий консалтинг	Министерство экономического развития
Нормирование затрат и расчет стоимости государственной услуги в здравоохранении, анализ планов финансово-хозяйственной деятельности подведомственных учреждений (внедрение информационных систем в здравоохранении)	Управленческий консалтинг: Оптимизация операционной деятельности, IT-сопровождение	Министерство здравоохранения
Реализация кадровых программ в медицинских организациях и государственной программы «Развитие здравоохранения Приморского края» в части обеспечения квалифицированными кадрами	Кадровый консалтинг	

Практика указывает на наличие двух основных организационных моделей реализации структурированных проектных решений. Первая модель предполагает разделение, или структурную декомпозицию монопроекта на отдельные составляющие – проектные треки, каждый из которых направлен на решение значимой, индивидуальной задачи. Вторая модель предполагает формирование пула проектов, имеющих схожие отраслевые и дисциплинарные признаки, администрирование (управление) которыми осуществляется одним ведомством.

Примером первой модели является проект «Разработка мер по сдерживанию цен на продукты питания в Приморском крае», выполненный по заданию Агентства проектного управления, студентами направления подготовки «Государственное и муниципальное управление». Организационно проект был разделен на два направления: аналитическое и исследовательское. Аналитическая группа обеспечила еженедельный мониторинг цен в основных торговых сетях Владивостока на продукты питания, входящие в потребительскую корзину. Исследовательская группа, на основе результатов мониторинга, путем сравнения цен в Приморье и других регионах, предложила заказчику рекомендации по выбору поставщиков продуктов питания с наименьшими ценами и наилучшими качественными характеристиками.

Примером второй модели является формирование пула проектов, имеющих одну отраслевую принадлежность, бенефициаром которых является Правительство Приморского края. Проекты, входящие в пул, подлежат системной актуализации для исключения низкоэффективных и дублирующих функций и регулярной инвентаризации результатов реализации для понимания правильности выбора вектора социально-экономического развития Приморья.

В данных условиях решением стало разбиение проектов на отдельные аналитические и исследовательские треки (направления) и их закрепление за отдельными проектными группами: обоснование организационно-правовых мер по установлению предельного значения наценки на отдельные категории и виды продовольственных и потребительских товаров; обоснование организационно-правовых мер по установлению предельного уровня рентабельности на социально-значимые услуги; обоснование организационно-правовых мер по установлению предельного уровня затрат (оптимизации затрат) на строительство жилья для отдельных категорий граждан.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

---

Современные университеты трансформируют процессы организации обучения не только, как участники образовательного пространства, но и как участники бизнеса. Социально-экономические, социально-политические изменения, глобализация и взаимозависимость акторов в экономических формациях, ограниченных территориальными границами и за их пределами сохраняются, как актуальные тренды. Однако всё ярче проявляют себя такие тенденции, как нелинейность, неубедительность ответов, ранее казавшихся правильными, непредсказуемость, неопределённость, неоднозначность. Отсутствие универсальных инструкций к действию, неочевидность эффектов уже принятых решений актуализируют необходимость развития адаптивных компетенций, позволяющих выпускникам вузов гибко реагировать на внешние изменения, мобильно принимать решения, в зависимости от ситуации, работать в команде, умение услышать и принять мнение оппонента, умение критически, системно мыслить, формировать образ желаемого результата и шаги к его достижению, умение оценивать имеющиеся ресурсы, рационально их использовать. Проактивная роль обучающегося, участвующего в реализации реального проекта позволяет погрузиться в объективные условия деятельности компаний, «прикоснуться руками» и осознать важность каждого члена команды, значимость индивидуального решения и силу коллективного мышления.

Опыт участия в многочисленных конференциях позволяет судить, что многие университеты выражают интерес к организации проектного обучения, однако не имеют комплексного понимания о том, как организовать эту деятельность масштабно, чтобы задействовать разные направления подготовки, разные курсы обучения и обеспечить метапредметное взаимодействие, межкафедральность, а в перспективе и междууниверситетское выполнение проектов. Настоящее издание охватывает постановку процесса реализации проектного обучения в университете.

В монографии дано описание выполнения проектов разного уровня. По заявке Приморского отделения Казначейства России выполнялось исследование об удовлетворенности качеством жизни и миграционных настроениях населения Приморского края. Ещё один государственный орган – Управление Росаккредитации по Дальневосточному федеральному округу поручил студентам разработать учебно-тестовый модуль контроля знаний и повышения квалификации государственных гражданских слу-

жащих, а также разработку интерактивных диалоговых эмуляторов процедур оценки соответствия аккредитованного лица критериям аккредитации.

Опыт взаимодействия с органами исполнительной власти и местного самоуправления Приморского края позволяет университету наиболее точно учитывать требования работодателей к компетенциям будущих выпускников. С учетом перехода органов публичной власти Приморского края на программно-проектный принцип управления растет востребованность в выпускниках с навыками успешной реализации проектов. Например, управленческих систем контроля, проектов муниципальных целевых программ, документов стратегического планирования отраслевой или территориальной направленности. Несмотря на то, что работа над проектами требует от команды проработки большого количества информации, изучения сферы применения результатов с учетом зарубежного и отечественного опыта решения аналогичных проблем, студенты успешно решают поставленные задачи и доводят проект до готовых продуктивных результатов под руководством компетентных преподавателей высшей школы. Разработка инновационных проектов порой требует проработки проектов нормативно-правовых актов. В ходе проектной работы обучающиеся ярко демонстрируют эти профессиональные навыки.

Не менее интересно, с высоким уровнем профессионального азарта реализуются проекты по заявкам бизнеса. Исследование бренда IT-компании как работодателя – ООО «ФарПост»; разработка прототипа интернет-магазина продажи детских образовательных программ с функциональным описанием интерфейса – ИП Красько Е.С. (г. Владивосток); исследование межконфессиональных и межнациональных отношений во Владивостоке – ООО «Гавань-Турцентр»; составление портрета клиентов кафе быстрого питания ООО «Барс» (г. Владивосток); оценка онлайн-репутации рекламных агентств города Владивосток ООО «Пасифик медиа» (г. Владивосток); разработка концепции кафе в батутном парке «JUMP TOWN» (формат B2S student to business) – ООО «ПЛЕКС» (г. Владивосток) и другие проекты являются ярким отражением интереса бизнес-структур к сотрудничеству с университетом, взаимодействию с обучающимися, к возможности получить альтернативную оценку озвученной проблематике и варианты решения. Зачастую обращаясь в университет с озвученной задачей бизнес не ожидает столь детальной и глубокой проработки, с применением научных инструментов и методов. Даже если результаты проведенной работы лишь подтверждают отмеченные бизнесом тенденции, это является существенной информацией для принятия управленческих решений. Кроме того, менеджмент компаний, собственники бизнеса в большинстве случаев комплиментарно воспринимают тот факт, что над их проблемой работала команда студентов, с желанием выделяют время в напряженном рабочем графике, чтобы присутствовать на контрольных точках и экспертно оценить результаты работы.

Необходимо отметить, что университеты также являются заказчиками проектов. В монографии дано описание и такого опыта. В проекте «Клуб молодых предпринимателей ВВГУ(ВГУЭС)» проектная команда разработала концепт объединения студентов с целью начать собственный бизнес. В ходе работы подготовлен проект положения клуба, проект критериев отбора предпринимательских идей для последующего софинансирования из средств университета, разработан контент-план мероприятий. Ряд проектов выполнены в поле социологических исследований и направлены на выявление потребностей работодателей по профессиям, связанным с изучением отдельных дисциплин, выявление лояльности профессорско-преподавательского состава ВВГУ к образовательной организации, выявление мнений студентов.

Наличие запроса на реализацию проектов внутри университетов демонстрируют разделы, представленные авторами других дальневосточных вузов. Опыт сопровождения студенческих проектов в рамках программы «Стартап как диплом» в Дальневосточном федеральном университете освещает не менее актуальный вопрос – формирование навыков технологического предпринимательства у студентов. Коллеги из Тихоокеанского медицинского университета описали особенности и проблемы реализации проектного обучения в медицинском образовании. Это яркие акценты, которые подчёркивают актуальность проектного обучения и в то же время демонстрируют возможность использования внутренних ресурсов университетов для решения локальных задач.

Блок проектов в сфере рекреационно-туристских услуг раскрывают коллеги из Дальневосточного федерального университета. По заявке Кроноцкого заповедника (Камчатский край) разработано техническое задание на формирование и запуск блоков финансовых услуг пробной версии электронной платформы профильной сферы, интеграционная модель функционала электронной B2B платформы рекреационно-туристических услуг, концептуальная модель «Страхование рисков туристов» электронной платформы рекреационно-туристских услуг ДФО. Данный опыт свидетельствует о том, что далеко не всегда в компаниях имеется весь спектр компетенций и достаточно ресурсов, необходимых для решения задач стратегического развития. Для университетского сообщества – это текущая работа: выполнение масштабных исследований, разработка направлений развития, решение нетривиальных метапредметных задач. Кроме того, здесь ярко демонстрируется отсутствие географической привязки к заказчику проекта. Поскольку продуктовый результат по проекту, выполненному в высшем учебном заведении, это, как правило, интеллектуальный продукт, заказчик и исполнитель могут работать рассредоточено с территориальной точки зрения.

## КОЛЛЕКТИВ АВТОРОВ

---

---

Разумова Юлия Викторовна – д-р экон. наук, доцент, заместитель проектора по академической политике ФГБОУ ВО «ВВГУ» (*научный редактор*)

Масюк Наталья Николаевна – д-р экон. наук, профессор, ФГБОУ ВО «ВВГУ» (*научный редактор*)

Андреев Вячеслав Андреевич – доцент кафедры экономики и управления, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Балдина Юлия Васильевна – канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Белозерцева Наталья Петровна – канд. экон. наук, доцент ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Бубновская Татьяна Викторовна – канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Варкулевич Татьяна Владимировна – канд. экон. наук, доцент, директор института международного бизнеса, экономики и управления, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Васюков Олег Николаевич – доцент, ДВФУ

Васюкова Людмила Константиновна – канд. экон. наук, доцент, руководитель магистратуры, ДВФУ

Веролайн Сергей Иванович – канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Вертинова Анна Александровна – ассистент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Глухоманова Августа Арнольдовна – старший преподаватель кафедры маркетинга и торговли, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Голиков Сергей Юрьевич – канд. техн. наук, первый проректор ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Жохова Валентина Владимировна – канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Ибрагимова Маргарита Хакимовна – директор Дирекции проектного обучения и предпринимательства, старший преподаватель, ДВФУ

Ивельская Нина Григорьевна – канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Карпова Н.А. – магистрант направления ГМУ, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Ким Ангелина Георгиевна – канд. экон. наук, профессор, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Кметь Елена Борисовна – канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Кузнецов Петр Анатольевич – руководитель института нефтегазового дела, транспорта и логистики, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Левченко Наталья Георгиевна – канд. техн. наук, доцент кафедры автоматических и информационных систем, ФГБОУ ВО «МГУ им. адм. Г.И. Невельского»

Недолужко Оксана Вячеславовна – канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Нига́й Евгения Антоновна – канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Ослопова Марина Владимировна – канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Пашук Наталья Руслановна – канд. экон. наук, ст. преподаватель, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Седова Нелли Алексеевна – канд. техн. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Степулева Людмила Федоровна – старший преподаватель кафедры маркетинга и торговли, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Терентьева Татьяна Валерьевна – д-р экон. наук, ректор ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Тилиндис Татьяна Витальевна – канд. техн. наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Трапезникова Елена Михайловна – аспирант, ассистент кафедры маркетинга и торговли, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Черная Ирина Петровна – д-р экон. наук, профессор, проректор по лицензированию и аккредитации, ФГБОУ ВО «ТГМУ» Минздрава России»

Чудаев Эрик Юрьевич – преподаватель, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Шереметьева Нина Геннадьевна – магистрант направления ГМУ, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Юрченко Наталья Александровна – зав. кафедрой международного маркетинга и торговли, ФГБОУ ВО «ВВГУ»

Научное издание

**ПАРТНЕРСТВО УНИВЕРСИТЕТА И БИЗНЕСА:**

**ОТ МОНОПРОЕКТОВ К СТРУКТУРИРОВАННЫМ  
ПРОЕКТНЫМ РЕШЕНИЯМ**

**Монография**

Под редакцией:  
проф. Н.Н. Масюк, доц. Ю.В. Разумовой  
Редактор Л.Е. Стрикаускас  
Корректор И.Г. Шабунина  
Верстка, дизайн обложки М.А. Портновой

Подписано в печать 31.01.2023. Формат 70×100/16.  
Бумага писчая. Печать цифровая. Усл.-печ. л. 13,79  
Уч.-изд. л. 12,68. Тираж 500 [I–100] экз. Заказ 68

---

Издательство Владивостокского государственного университета  
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41  
Отпечатано в ресурсном информационно-методическом центре ВВГУ  
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41

ISBN 978-5-9736-0683-1



9 785973 606831