

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.02 Тайм-менеджмент

Учебный план: _____ ФГОС3++b420301РЦС-1_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Реклама в цифровой среде

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бескровная В.А.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у студентов систему знаний об основах управления личным временем, принципах и методах его эффективной организации в условиях профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Развить практические навыки планирования, расстановки приоритетов и контроля за использованием временных ресурсов для повышения личной эффективности и продуктивности.

Обучить студентов рационально распределять время при выполнении профессиональных задач в условиях многозадачности, сжатых сроков и высокой динамики рекламно-коммуникационной деятельности.

Сформировать способность управлять собственным временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов непрерывного образования.

Овладеть инструментарием и технологиями организации времени для оптимизации рабочих процессов, повышения качества и своевременности выполнения профессиональных обязанностей в сфере рекламы и связей с общественностью.

1.2 Задачи дисциплины:

Управленческие задачи:

Формирование культуры бережливого использования времени у сотрудников и преподавателей.

Внедрение систем планирования для синхронизации учебных и проектных процессов.

Обеспечение контроля сроков реализации образовательных и маркетинговых мероприятий.

Профессиональные задачи (для отрасли):

Выработка навыков работы в режиме высокой многозадачности рекламного рынка.

Освоение приемов приоритизации задач по срочности и важности для работы с клиентами и партнерами.

Обучение методам быстрого переключения между проектами без потери качества.

Личностные и развивающие задачи:

Развитие самодисциплины для предотвращения профессионального выгорания.

Освоение техник анализа личных временных потерь и их устранение.

Формирование умения распределять нагрузку для соблюдения дедлайнов в условиях неопределенности.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен управлять информацией из различных источников	
Знать:	методы критической оценки достоверности и релевантности информации при планировании рабочих задач.
Уметь:	структурировать и фильтровать информационные потоки для оперативного принятия решений в условиях ограниченного времени.
Владеть:	навыками систематизации информации из разных источников для формирования приоритетных рабочих планов и контроля их исполнения.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Фундаментальные основы тайм-менеджмента в цифровой экономике	7				О
Тема 1. Время как ресурс digital-специалиста		1	2	4,5	
Тема 2. Целеполагание и KPI в рекламных проектах		1	4	3	
Тема 3. Психологические аспекты самоорганизации		1	2	1,25	О
Раздел 2. Технологии планирования и приоритизации в многопроектной среде					
Тема 4. Матрицы приоритетов и гибкие методологии		2	3	5	
Тема 5. Инструменты планирования: от стикеров до CRM		2	2	5	
Тема 6. Управление проектами и делегирование		2	4	5	
Раздел 3. Эффективность работы с информацией и коммуникациями в digital-среде					О
Тема 7. Управление коммуникациями: клиенты, агентство, подрядчики		2	4	6	
Тема 8. Информационная гигиена и автоматизация рутины		1	3	5	
Тема 9. Тайм-менеджмент в условиях удаленной работы и гибридного формата		1	3	5	
Раздел 4. Профессиональная эффективность и личный бренд					О
Тема 10. Управление временем для карьерного роста		2	3	5	

Тема 11. Экономика времени: расчет стоимости часа специалиста		1	2	6	
Тема 12. Антикризисный тайм-менеджмент		1	2	6	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	56,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		56,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-2	Применяет методы фильтрации и агрегации информации, эффективно планирует время на основе обработки данных, использует цифровые инструменты синхронизации и хранения данных

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	1. Студент демонстрирует знание классических и современных методов тайм-менеджмента. Понимает специфику циклов работы в digital-среде. 2. Владеет терминологией, понимает разницу между операционной и стратегической занятостью в рекламе. 3. Студент демонстрирует ведение единой цифровой экосистемы. 4. Студент демонстрирует навык декомпозиции крупной задачи на этапы с указанием времени исполнения и зон ответственности.	
Не зачтено	1. Студент путает понятия, не может назвать ни одного метода планирования. Отсутствует понимание специфики работы в рекламном агентстве или digital-отделе. 2. Не ориентируется в профессиональном лексиконе. Не способен оценить временные затраты на типовые задачи специалиста по рекламе. 3. Студент не ориентируется в возможностях CRM или Project Management систем. 4. Не может разбить проект на этапы. Оценка времени выполнения задачи («оценка трудозатрат») отсутствует или нереалистична	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Определение тайм-менеджмента как системы планирования времени.
2	Основные принципы расстановки приоритетов в работе специалиста по рекламе.
3	Матрица распределения дел по срочности и важности.
4	Правило эффективного планирования рабочего дня в агентстве.
5	Методы борьбы с поглотителями времени при подготовке рекламных кампаний.
6	Техника разделения задач на крупные и мелкие блоки.
7	Способы учета времени при работе с несколькими проектами.
8	Технология планирования встреч с заказчиками и партнерами.
9	Принцип Парето в работе специалиста по связям с общественностью.
10	Методы снижения затрат времени на согласование рекламных материалов.
11	Банк задач и его применение в оперативном планировании.
12	Правила делегирования обязанностей в рекламном отделе.
13	Техники быстрого переключения между разными видами работ.
14	Методы планирования времени для работы с медиа и прессой.
15	Причины прокрастинации в рекламной деятельности и способы их устранения.
16	Правила подготовки плана мероприятий в связях с общественностью.
17	Технология хронометража рабочего дня рекламиста.
18	Способы планирования времени для креативных и рутинных задач.
19	Правила ведения календаря для работы с рекламными площадками.
20	Алгоритм анализа эффективности использования времени по итогам недели.

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрено

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Кейс: «К вам поступило 5 задач одновременно: срочный брифинг клиента, падение метрик в кабинете, требование руководителя, креативная задача и ответ на запрос СМИ. Расставьте приоритеты по матрице Эйзенхауэра».

2. Разработать дорожную карту (Timeline) запуска комплексной digital-кампании (таргет + блогеры + посев) в Trello/Jira. Указать критические точки и дедлайны для каждого участника команды (дизайнер, копирайтер, таргетолог).

3. «Правки от клиента за 15 минут до релиза». Отработка навыка быстрого принятия решений, ведения переговоров о переносе сроков и использования шаблонов для минимизации временных потерь.

4. «Идеальная рабочая неделя digital-специалиста». Составление личного плана с использованием изученных методов, включая блоки на обучение, работу с метриками и креативные часы.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Допуск: Студент допускается к зачету при выполнении всех требований рабочей программы (посещаемость, текущие работы).

Явка: Студент является в назначенное время.

Выбор задания: Студент устно отвечает на вопросы билета или по перечню, установленному преподавателем.

Подготовка: Предоставляется время на обдумывание (15–30 мин), разрешаются черновики.

Ответ: Студент устно излагает материал, преподаватель задает дополнительные вопросы для проверки глубины понимания.

Оценка: Выставляется «зачтено» (при полном, грамотном ответе) или «не зачтено» (при грубых ошибках, отказе отвечать).

Фиксация: Результат вносится в ведомость в день проведения зачета.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Тимофеева, Н. С., Гармаева, Л. Б.	Тайм-менеджмент	Улан-Удэ: Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р. Филиппова	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/125223.html
Мария Хайнц	Позитивный тайм-менеджмент	Москва: Альпина Паблишер	2016	http://www.iprbookshop.ru/48442.html
Архангельский Г. А.	Корпоративный тайм-менеджмент	Москва: Альпина Паблишер	2017	http://www.iprbookshop.ru/62045.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Мрочковский, Н., Толкачев, А.	Экстремальный тайм-менеджмент	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82406.html
Мария, Хайнц	Позитивный тайм-менеджмент: как успевать быть счастливым	Москва: Альпина Паблишер	2019	http://www.iprbookshop.ru/86770.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

2. Электронная библиотека ВШТЭ СПб ГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://nizrp.narod.ru>

3. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru/>

4. Система стандартов эргономики и технической эстетики [Электронный ресурс]. URL: <http://vsehost.com/Catalog/29/29739.shtml> ГОСТ 30.001-83

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. «Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

6. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. «Материаловедение. Технология конструкционных материалов». [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.1

7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. «Патентное дело. Изобретательство. Рационализаторство». [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.78.3

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска