

Г. Р. Катарсонова

# **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕМ**

Учебно-методическое пособие

Министерство культуры Российской Федерации  
Санкт-Петербургский государственный институт культуры  
Факультет мировой культуры  
Кафедра информационных технологий и компьютерного дизайна

Г. Р. Катасонова

# **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕМ**

Учебно-методическое пособие  
Направление 54.03.01  
«Дизайн»

Санкт-Петербург  
СПбГИК  
2020

УДК 004.9(07)  
ББК 32.972.131p30

**K29**

Учебно-методическое пособие издается по решению Редакционно-издательского совета  
Санкт-Петербургского государственного института культуры  
Утверждено на заседании Учебно-методического совета  
Санкт-Петербургского государственного института культуры  
в качестве учебно-методического пособия. Протокол № 1 от 20.10.2020

Рецензенты:

А. Д. Сотников, доктор технических наук, профессор,  
декан факультета цифровой экономики, управления и бизнес-информатики  
Санкт-Петербургского университета телекоммуникаций  
им. проф. М. А. Бонч-Бруевича

И. Г. Елинер, доктор культурологии, заведующий кафедрой  
информационных технологий и компьютерного дизайна  
Санкт-Петербургского государственного института культуры

**Катасонова, Г. Р.**

**K29** Информационные технологии в управлении дизайн-проектированием : учебно-методическое пособие / Г. Р. Катасонова ; М-во культуры РФ, С.-Петерб. гос. ин-т культуры, фак. мировой культуры, каф. информ. технологий и комп. дизайна. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2020. – 76 с.

ISBN 978-5-94708-306-4

Учебно-методическое пособие «Информационные технологии в управлении дизайн-проектированием» содержит теоретический и практический материал для освоения обучающимися компетенций в области управления дизайн-проектированием на всех фазах его жизненного цикла.

УДК 004.9(07)  
ББК 32.972.131p30

ISBN 978-5-94708-306-4 © Г. Р. Катасонова, 2020  
© Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», 2020  
© Оформление ФГБОУ ВО СПбГИК, 2020

## Оглавление

|                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Оглавление .....                                                                                                          | 3  |
| Предисловие .....                                                                                                         | 4  |
| 1. Основные понятия проекта .....                                                                                         | 5  |
| 2. Технология разработки проектов .....                                                                                   | 10 |
| 3. Ключевые моменты представления и продвижения проектов .....                                                            | 15 |
| 4. Программные средства организации командной работы и управления проектами .....                                         | 21 |
| 5. Лабораторный практикум .....                                                                                           | 31 |
| Лабораторная работа № 1. Портал бизнес-навигатор МСП .....                                                                | 31 |
| Лабораторная работа № 2. Обзор современных онлайн сервисов, необходимых для работы над дизайн-проектами .....             | 38 |
| Лабораторная работа № 3. Разработка командного бизнес-проекта с использованием онлайн сервиса Yougile .....               | 50 |
| Лабораторная работа № 4. Обзор сайтов-аналогов и CMS-систем. Разработка оригинального контента для рекламного сайта ..... | 53 |
| Лабораторная работа № 5. Разработка рекламной продукции для поддержки проекта .....                                       | 56 |
| Лабораторная работа № 6. Этапы разработки и управления дизайн-проектом .....                                              | 59 |
| 6. Вопросы к зачету .....                                                                                                 | 60 |
| 7. Тестовые вопросы контроля успеваемости .....                                                                           | 61 |
| 8. Список рекомендованной литературы .....                                                                                | 71 |
| Приложение 1. Правила оформления отчета .....                                                                             | 72 |
| Приложение 2. Шаблон титульного листа отчета .....                                                                        | 75 |

## Предисловие

Учебно-методическое пособие соответствует рабочей программе дисциплины «Информационные технологии в управлении дизайн-проектированием», содержит необходимую для освоения дисциплины краткую теоретическую информацию, расширенный лабораторный практикум, что позволит сформировать у студентов необходимые компетенции.

Дисциплина «Информационные технологии в управлении дизайн-проектированием» направлена на получение студентом фундаментальных знаний в области управления дизайн-проектами на всех фазах его жизненного цикла. Студент на практике знакомится с методами, средствами и формами эффективного и рационального управления при разработке бизнес дизайн-проектов с использованием информационных технологий.

В задачи курса дисциплины «Информационные технологии в управлении дизайн-проектированием» входит изучение: 1) методов и средств информационных технологий при управлении дизайн-проектированием; 2) основных технико-экономических показателей дизайн-проектирования.

Дисциплина предполагает аудиторную работу студентов с выполнением индивидуальных практических заданий на персональном компьютере с последующей их защитой, выполнение командного бизнес-проекта с дальнейшим обсуждением, публичной защитой и самостоятельную работу.

Изучение дисциплины «Информационные технологии в управлении дизайн-проектированием» начинается с седьмого семестра обучения, от студента требуются базовые представления об устройстве компьютера, функционировании системного и прикладного программного обеспечения (ПО), знание локальных и глобальных компьютерных сетей, базовые навыки владения английским языком.

Преподавание дисциплины предполагает использование следующих образовательных технологий: лекции-визуализации; технология проектной деятельности (проектный семинар, презентация – демонстрация проектов); технология творческих заданий (мозговой штурм – для выработки проектных управленческих решений на этапах проектирования); поиск и анализ информации по нормативной документации на проектирование, связанного с объектом проектирования; выполнение стадий проектных работ с использованием IT-сервиса МСП «Бизнес-навигатор»; рабочий проект в программе YouGile; демонстрация и публичная защита выполненных проектных материалов в MS Power Point, Prezi.com, Canva.com или Google презентация.

Знания и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются при самостоятельной разработке и управлении бизнес-проектированием.

## 1. Основные понятия проекта

Проект – это временное мероприятие, ограниченное по времени и бюджету, имеющее конкретную цель, задачи и предназначенное для создания уникальных продуктов, услуг или результатов [1, С.20]. Термин «временное» понимается, как четкое начало и четкое завершение. Проект имеет следующие характеристики: 1) цель; 2) задачи; 3) средства (исполнители, бюджет, издержки); 3) время выполнения; 4) уникальность. Завершение проекта наступает в следующих случаях: 1) достигнуты цели проекта; 2) осознание того, что цель проекта не может быть достигнута; 3) исчезает потребность в самом проекте.

Сегодня во многих компаниях и организациях успешно применяется проектная деятельность, включающая основные этапы процессов управления проектом: 1) инициацию; 2) планирование; 3) исполнение; 4) мониторинг и управление; 5) завершение.

Управление проектами – совокупность инструментов и методов, компетенций, способствующих осуществлению требований, которые предъявляются к проекту. В управление проектом входит: 1) формулирование требований к проекту; 2) определение цели, поэтапных и достижимых задач; 3) приведение в соответствии требований к содержанию проекта, временного интервала, стоимости и качеству; 4) корректировка основных показателей проекта, его характеристик, методов, подходов, средств в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчиков, инвесторов, исполнителей и других участников проекта [8, с. 34–35].

В зависимости от вида проекта они могут быть учебными, инновационными, научно-исследовательскими, инвестиционными. Инвестиционные проекты требуют инвестиций для создания или реновации основных фондов. Инновационные проекты преследуют главную цель – использование новых технологий, различных нововведений (ноу-хау), обеспечивающих совершенствование и развитие систем. Менеджер – управляющий проектом, как лицо, несущее ответственность за достижение цели и правильное выполнение задач, должен согласовывать все виды проектов с учетом его основных составляющих (содержание проекта, временные рамки, стоимость) [4, с. 29].

Главным требованием к проекту (наравне с понятиями временности и уникальности) является последовательность в разработке, означающая развитие по шагам и протекание по этапам. Это представляет собой иерархическую систему, где проект, его содержание на ранних стадиях рассматривается с общих позиций, а затем происходит постепенная детализация и конкретизация. Это происходит, когда команда проанализировала подробно цель и задачи проекта, имея уже более ясное и полное представление о целях проекта и его конечных результатах.

Результатом любого успешно завершённого проекта являются продукты или услуги, представляющие собой уникальные результаты поставки, являющиеся главным существенным признаком проекта. В проекте могут присутствовать повторяющиеся элементы, но основой проекта не может быть процесс выпол-

нения рутинных задач. В качестве примера можно привести проекты по ремонту зданий, которые сотнями реставрируются, но каждый проект по реставрации и ремонту объекта сам по себе уникален, так как у каждого здания будет свой дизайн интерьера, определенное местоположение, свой собственник и подрядчик.

На разработку проекта влияет как внешняя, так и внутренняя среда.

Внешняя среда (внешние факторы), влияющая на успешность проекта, включает политическую и экономическую стабильность, которая в свою очередь влияет на условия труда, уровень информационных технологий и компьютеризацию, производственные технологии, энергетические и транспортные системы, связь, коммуникации, степень свободы предпринимательства и хозяйственной самостоятельности, развитость рыночной инфраструктуры, уровень цен, состояние рынков сбыта, инвестиций, климатические условия, расположение и связь с транспортными сетями, стандарты по качеству воздушного пространства, водные источники и почвенный покров, санитарные требования к окружающей среде, законодательство по защите окружающей среды, характеристику состояния и тенденцию развития экологической системы средств производства, сырья, материалов, рабочей силы особенности национального хозяйства, характеристики и факторы инфраструктуры (средства транспорта, связи и коммуникации, сети ЭВМ и информационные системы, энергоснабжение, коммунальные службы, сырье и услуги, бытовая сеть, логистика и материально-техническое снабжение, промышленная инфраструктура), виды ответственности и имущественные права, в особенности право на землю.

Исходя из перечисленных факторов влияния внешнего окружения, можно понять, что большее влияние на проекты оказывают политика, экономика, законы и право, культура, общество. Наименьшее влияние оказывают природа, экология и инфраструктура. Больше всего подвержены влиянию проекты социальные, инвестиционные, экономические, а в меньшей степени – организационные, инновационные.

Внутренняя среда проекта, во многом, зависит от правильной политики руководства, ведь именно она формирует хорошую психологическую атмосферу в команде проекта, что влияет на творческую активность членов команды и их работоспособность, реализацию талантов, включающую взаимоотношения между основными участниками проекта, оказывая большое влияние на весь процесс проекта и его успешную реализацию.

Члены команды должны грамотно реализовать свои таланты и различные интересы в процессе работы над проектом, оказывая влияние на проект в соответствии с собственными навыками, знаниями, компетенциями и степенью участия в проекте, формируя требования в соответствии с их целью участия в проекте и мотивацией. Грамотное использование методов и средств коммуникации определяют полноту, достоверность и оперативность обмена информацией между участниками проекта, от которого во многом зависит прогресс и успех

проекта в целом. Создание социальных условий для членов проекта предполагают высокий уровень оплаты труда и предоставление социальных льгот.

Перед началом работы над проектом необходимо организовать полноценную команду, приступить к сбору основных требований к проекту, обеспечить проектной информацией всех заинтересованных участников для формирования прогноза динамики окружения проекта с критериями оценки приоритетов и иерархии требований, от обязательных для исполнения до мелких пожеланий.

На рисунке 1 представлена связь между основными участниками проекта по выпуску новой продукции с распределением ролей.

Участниками проекта являются: 1) заказчик – будущий владелец и пользователь результатов проекта, который больше всех заинтересован в успешном завершении проекта, формулирующий цель, задачи, требования к проекту, обеспечивающий финансовую поддержку проекта и занимающийся процессом взаимодействия между всеми участниками проекта и заключением контрактов со специалистами и сотрудниками; 2) руководитель проекта пользуется полномочиями по организации работ в области планирования, контроля и координации работ всех участников проекта; 3) инвестор – полноправный партнер проекта (частное лицо, банки, инвестиционные фонды и другие организации), вкладывающий средства в проект и контролирующий процесс осуществления расчетов с участниками проекта; 3) инициатор – автор осуществления идеи проекта; 4) контрактор – ответственное лицо (руководитель или другие участники проекта) за выполнение задач и работ всего проекта или его части по контракту, занимающийся заключением договоров, обеспечивающий координацию выполнения работ; 5) команда проекта – группа специалистов (количественный состав зависит от масштабов и сложности проекта), осуществляющие задачи управления проектом от начала до эффективного достижения целей проекта; 6) проектировщик – юридическое лицо, вступающий в договорные отношения с заказчиком; 7) генеральный подрядчик – ответственное лицо (проектно-строительные организации), осуществляющий подбор субподрядчиков для выполнения отдельных работ и услуг; 8) лицензор осуществляет выдачу лицензии на право владения земельным участком, ведения торгов, выполнения определенных видов работ и услуг; 9) поставщики занимаются поставками оборудования, материалов, транспортных средств; 10) владелец земельного участка осуществляет передачу и право пользования (владения) земельным участком; 11) производитель конечной продукции проекта занимается продажей и получением прибыли от продажи готовой продукции потребителям; 12) органы власти выдвигают экологические, социальные, общественные и государственные требования, связанные с реализацией проекта; 13) потребители конечной продукции – пользователи конечной продукции за счет который происходит возмещение затрат на проект и получение прибыли для всех участников проекта [3, с. 16].



Рисунок 1. Участники проекта

К другим участникам проекта могут быть отнесены все объекты, вовлеченные в процесс осуществления проекта: спонсоры, юридические организации, консалтинговые организации, конкуренты, инженеринговые компании, общественные группы и население. Кроме этого, в процессе управления проектами важную роль играют: 1) начальные условия, ограничения и требования к проекту; 2) область допустимых решений проекта; 3) выбор и оценка решений проекта; 4) документация проекта; 5) виды обеспечения проекта; 6) методы и техника управления проектом; 7) грамотно сформированная команда.

Американский институт управления проектами (PMI, Project Management Institute) выделяет основные базовые функции управления проектами: предметная область проекта, время, качество, стоимость, риски, персонал, контракты, взаимодействия и информационные связи [1, с. 243].

В итоге, все составляющие проекта позволяют оценить его в целом: 1) техническую осуществимость (определяется предметной областью проекта и качеством); 2) конкурентоспособность (определяется качеством, временем и стоимостью); 3) трудоемкость (измеряется временем и стоимостью); 4) жизнеспособность (определяется предметной областью, стоимостью и риском); 5) эффективность осуществления проекта (определяется персоналом, средствами коммуникаций и общения, системой материально-технического обеспечения).

Создание команды для осуществления проекта процесс, довольно предсказуемый, состоящий из нескольких фаз. Исследователи предлагают разные модели. Модель поведения команды Аллана Дрекслера и Дэвида Сибета, наиболее интересна и практически ориентированная, в которой выделяются семь фаз формирования команды [6, с. 57]. Каждая группа проходит эти фазы в своем развитии (рис. 2). Команде и отдельным ее членам необходимо последовательно пройти все семь фаз и столкнуться со всеми перечисленными негативными эмоциями и фрустраци-

ями. Практика показывает, что, если какой-либо этап пропущен, то возвращение к нему неизбежно.

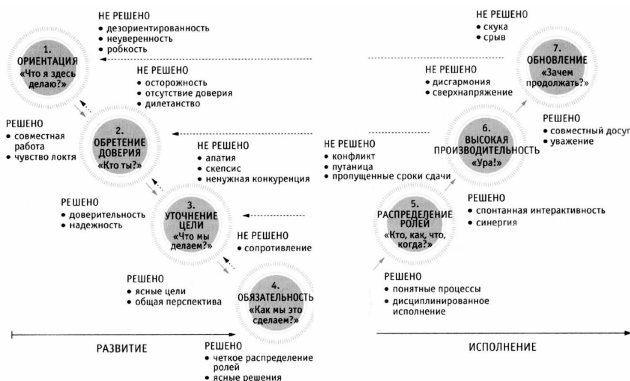


Рисунок 2. Основные фазы модели командного поведения

В книге «Искусство как ремесло» Бруно Мунари пишет: «Конкретная проблема, которую необходимо решить при помощи дизайна, – это набор из многих подпроблем. Для каждой подпроблемы существует оптимальное решение, которое может входить в противоречие с решениями для других подпроблем. Самая напряженная часть работы дизайнера – согласовать разные решения с проектом в целом. Чтобы справиться с общей проблемой, нужно творчески скоординировать решения к подпроблемам» [2, с. 23].

Исходя из данной цитаты, становится очевидным, что будущий специалист в области дизайна сможет согласовывать отдельные управленческие решения с проектом в целом, в том случае, если будет компетентен в общих вопросах и проблемах разработки и управления любого типа проектами, к которым можно отнести разработку дизайна упаковки, интерьера здания или иного нового продукта или услуги, усовершенствование информационной системы, информационная поддержка компании, строительство здания, выполнение требований контракта, разработка нового фирменного стиля, проведение перед выборами избирательной кампании, создание любой системы для региона, города, небольшого населенного пункта, внедрение нового процесса в организации и т. д.

### Вопросы для самопроверки

1. Основные понятия проекта.
2. Составляющие внутренней среды проекта.
3. Составляющие внешней среды проекта.
4. Перечислите основных участников проекта.
5. Основные этапы процесса управления проектом.
6. Сформулируйте главные требования к проекту.
7. Перечислите основные фазы модели командного поведения Аллана Дрекслера и Дэвида Сиббета.

## 2. Технология разработки проектов

Слово проект происходит от латинского *projectus* – брошенный вперед, выступающий, выдающийся вперед и, как правило, обозначает ограниченное во времени временное предприятие (мероприятие), направленное на создание уникальных продуктов и услуг или получение принципиально новых результатов. В современном обществе проекты выполняются командой, члены которой могут иметь совершенно различные квалификации и специальности, но связанные одной конечной целью и распределенными задачами [1, с. 67].

Командная работа над проектом позволяет: 1) осуществить общее «погружение» в ситуацию для более точного определения цели и задач исследований; 2) «прочувствовать» основные признаки будущего проекта и прийти к предварительному обобщенному видению наиболее характерных определяющих обстоятельств; 3) определить направления исследований, осуществить выбор наиболее соответствующих методик и техник; 4) провести распределение работы и координацию действий.

Командное исследование позволяет раскрыть творческий потенциал каждого участника команды, сформировать компетенции и умения по аргументированию своей точки зрения по выдвигаемой профессиональной проблеме, применить хорошо зарекомендовавшую себя методику взаимооценивания и контроля, получить процесс открытости и прозрачности при самостоятельном взаимодействии студентов, накопить необходимые профессиональные знания.

Сплоченная команда является одним из ключевых условий продуктивного решения задач любой организации и эффективного выполнения проекта. В контексте эффективного выполнения проекта большое внимание уделяется групповому обмену знаниями, идеями, опытом, которые в процессе мозгового штурма позволяют найти лучшие варианты решения задач проекта, увеличивают количество групповых форм работы в организациях, вовлекают специалистов проекта для принятия управленческих решений. Это позволит повысить эффективность совещаний, повлиять на групповую и организационную работу с применением инновационных методов организации группового взаимодействия. Между членами команды должны выработаться социологические, познавательные, интеллектуальные, многоязыковые, невербальные и эмоциональные сегменты поведения, определяемые личностными связями.

Существует много методов командного обсуждения при работе над проектами, одним из самых популярных которых является метод мозгового штурма.

Для проведения мозгового штурма необходимо помнить о простых, но важных правилах. Данное мероприятие желательно проводить вне офиса компании на нейтральной территории, желательно на свежем воздухе со стульями, но без стола с приглашением одного или двух внешних экспертов в выбранной предметной области. Рекомендуется перед началом обсуждения пригласить или выбрать из числа сотрудников специалиста, знакомым с основами фасилитации, который грамотно организует встречу, создаст эффективные процессы групповых обсуждений, точно сформулирует цель и задачи встречи, в нужном направлении проведет обсуждение

для принятия управленческого решения. Фасилитация направлена на прояснение и достижение группой поставленных целей, на профессиональную организацию процесса групповой работы, повышение эффективности командной работы, вовлеченности и заинтересованности участников, раскрытию их потенциала.

Участники командных обсуждений и совещаний в организации сталкиваются со следующими проблемами, когда некоторые члены команды доминируют как в обсуждении, так и в принятии решений, часть сотрудников, наоборот, отсиживаются и отмалчиваются, возникают конфликтные ситуации, происходит выяснение отношений между участниками, в итоге, время тратится в пустую, участники переклочаются на смежные или отвлеченные вопросы, решения в итоге не принимаются и многим не понятно зачем была организована встреча.

Таким образом, фасилитация необходима для достижения общей цели в командной работе, проектной группе, в ходе совещания [5, с. 12]. В процессе групповой работы раздаются листки со списком уже существующих идей. Фасилитатор работает с темой от начала до конца, не давая отвлекаться на второстепенные вопросы, записывает интересные идеи на доске, анализирует их и в конце беседы отбираются три самые интересные идеи из которых в дальнейшем остается одна.

Кроме формы обсуждения в форме мозгового штурма используется и другие эффективные проверенные инструменты для коллективной генерации идей. Наиболее популярными методами и средствами обсуждения деталей проектов при их разработке являются: 1) карта сценариев (scenario map), представляющая собой скелет будущих проектов, состоящий по горизонтали из набросков идей с добавлением по вертикали сопутствующих комментариев, детализаций будущего проекта, вопросов; 2) карта историй (story map) – обзор визуального отражения последовательности действий, поиск дизайнерских решений в процессе осмысления функциональности будущего графического объекта, описываются этапы создания функциональных частей для выполнения проекта в целом; 3) карта эмпатии (empathy map) собирает всю информацию в конкретной предметной области на основе анализа предпочтений, их чувств, мыслей, взглядов, действий, отзывов заказчиков, клиентов и потребителей. Является эффективным инструментом для внесения, например, дополнительных изменений в дизайн уже используемого в проекте объекта; 4) интеллектуальная карта (mind map) основана на ассоциациях, где задействовано иерархическое мышление, визуализация, дополнение цветом и картинками в соответствии с ассоциациями. Концепция интеллектуальной карты с практическим ее применением используется для выявления связей, отношений и углубленного понимания теории, благодаря переходу от общего к частному. Как правило, применяется на начальном этапе построения проекта для составления и проработки идей и планов будущего проекта, распределения задач во время подготовки и дальнейшей разработки проекта (рис. 3); 5) карта посредника (stakeholder map) составляется на основе анализа взаимоотношений между разными специалистами и группами людей, служит аналитическим инструментом корректировки структуры дизайна-проекта на основе организационного подхода, который позволяет членам команды включиться в ролевую игру; 6) модерационные карты помогают всесторонне исследовать проблему в тех областях, где необходи-

```

graph TD
    Starpan((Старпан)) --- Zanyae[Заняе]
    Starpan --- Tovary[Товары]
    Starpan --- Mesto[Место]
    Starpan --- Kosmos[Космос]
    Starpan --- PodzemnyyMir[Подземный мир]
    Starpan --- PodvodnyyMir[Подводный мир]

    Zanyae --- Z1[Ресторан на деревне]
    Zanyae --- Z2[Ресторан как в криминальном чтении]
    Zanyae --- Z3[Книжный магазин в стилистике Гарри Поттера]
    Zanyae --- Z4[Used for Speed в реальной жизни]
    Zanyae --- Z5[Мессенджер с голограммами]

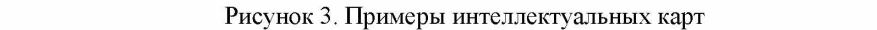
    Tovary --- T1[Пилотес сразу в мусоропровода]
    Tovary --- T2[Виноса вода]
    Tovary --- T3[Телепорт: как в телефоне]
    Tovary --- T4[Стиральная машина с сушилкой и глажкой]

    Mesto --- M1[Воздушный город]
    Mesto --- M2[Кинотеатр]
    Mesto --- M3[Центр]

    Kosmos --- K1[Туризматор]
    Kosmos --- K2[Экскурсия]
    Kosmos --- K3[Планирование]
    Kosmos --- K4[Звездные войны: заправка]

    PodzemnyyMir --- P1[Банк]
    PodzemnyyMir --- P2[Квест]
    PodzemnyyMir --- P3[Бункер под метрополием]

    PodvodnyyMir --- PV1[Бассейн под водой]
    PodvodnyyMir --- PV2[Ресторан под водой]
    PodvodnyyMir --- PV3[Парк развлечений]
  
```



Для инвестора критериями оценки проекта являются качество, риски, издержки, затраты, время. Качество является критерием оценки получаемого продукта на выходе проекта, удовлетворения отдельных людей, групп людей, общества, государства. Рисками называют неопределенные условия, которые в случае реализации имеют позитивное или негативное влияние. Издержки или затраты – это количество потраченных на реализацию проекта ресурсов. Время – это временной интервал, необходимый для реализации проекта с момента его старта, как правило, связано с одновременным увеличением его рисков.

Для оценки степени проработанности проектной идеи используют SMART-тест [4, С.176], обозначающий следующие критерии оценки формулировки цели(ей) проекта: S (Specific) – конкретность; M (Measurable) – измеримость; A (Achievable) – достижимость; R (Relevant) – выгодность; T (Time) – временные рамки.

SWOT-анализ – это метод, образованный от первых букв английских терминов: S (strength) – сила; W (weakness) – слабость, O (opportunities) – возможности, T (threats) – угрозы. Данный метод описывает ситуацию, в которой будет реализовываться конкретный проект, анализирует его с каждой из описанных выше сторон, что позволит просчитать риски проекта. В зависимости от постановки задачи и вида проекта он может быть выполнен в течение нескольких недель или продолжаться многие годы. Для наглядности жизненный цикл проекта подразделяется на различные этапы.

Обычно на основе важнейших функций управления выделяются следующие четыре фазы: 1) планирование (принятие) решений – постановка задач; 2) выполнение (управление) – реализация цели; 3) внедрение (использование) – достижение цели; 4) контроллинг (отчетность) – контроль над ориентацией на цель.

В зависимости от постановки задачи и вида проекта он может быть выполнен в течение нескольких недель или продолжаться многие годы. Для наглядности жизненный цикл проекта подразделяется на различные этапы. Обычно на основе важнейших функций управления выделяются следующие четыре фазы: 1) планирование (принятие) решений – постановка задач; 2) выполнение (управление) – реализация цели; 3) внедрение (использование) – достижение цели; 4) контроллинг (отчетность) – контроль над ориентацией на цель.

Фаза управления проектом в наибольшей степени зависит от конкретного содержания работ. Следует только отметить, что в этой фазе нередко требуются решения особого вида, когда возникают отклонения, которые уже не могут быть скомпенсированы в рамках проекта и которые угрожают самой возможности достижения цели.

Во многих случаях с завершением фазы выполнения проекта цель проекта оказывается достигнутой. Но часто требуется еще обучение персонала и поддержка при освоении. Особое значение имеет эта фаза при внутренних проектах. Обычно цель всего мероприятия достигается только тогда, когда новые технологии, структуры становятся ежедневной практикой и успешно используются работниками. Зачастую эта фаза требует гораздо больше времени, чем вначале предполагалось.

Фаза контроллинга является сопровождающей функцией для всех фаз проекта. Во время фазы планирования задачей контроллинга является поддержка процессов планирования и принятия решений, проверка соответствия частных планов целям проекта, их полнота и непротиворечивость. В фазе выполнения проекта фактические результаты сравниваются с заданными результатами, чтобы выявить отклонения от плана, проанализировать их причины и принять меры по исправлению положения. После завершения проекта должен быть проверен результат, зафиксирован и задокументирован опыт для будущих проектов.

### **Вопросы для самопроверки**

1. Основные правила проведения мозгового штурма.
2. Преимущества и этапы командной работы над проектом.
3. Понятие фасилитации.
4. Инструменты коллективной генерации идей.
5. Концепция интеллектуальных карт.
6. Критерии оценки проекта.
7. Методы и составляющие SMART-теста и SWOT-анализа.

### **3. Ключевые моменты представления и продвижения проектов**

После разработки и завершения проекта необходимо обеспечить ему представление, рекламу и продвижение. Одним из популярных форм представления проекта в сети Интернет является разработка веб-сайта.

Информационное наполнение сайта принято называть контентом (content – содержание, содержимое). Хороший контент должен включать оригинальный, структурированный для лучшего понимания текст, видео и аудио файлы, яркие иллюстрации, скриншоты и фотографии. Каждый разработанный и размещенный на хостинге сайт требует постоянного обновления информации, а именно, добавление новых статей и актуальных материалов, перемещение в архив устаревшей информации, выполнение реорганизации материалов с возможностью их отслеживания.

Для автоматизации процедуры управления контентом с 2000 годов активно разрабатываются системы управления (наполнения) сайта контентом – CMS-системы (Content Management Systems), в основные функции которых входит: 1) создание – предоставление авторам удобных и привычных средств создания контента; 2) управление – хранение контента в едином репозитории. Это позволяет следить за версиями документов, контролировать, кто и когда их изменял, убеждаться, что каждый пользователь может изменить только тот раздел, за который он отвечает; 3) публикация – автоматическое размещение контента на терминале пользователя. Соответствующие инструменты автоматически адаптируют внешний вид страницы к дизайну всего сайта; 4) представление – дополнительные функции, позволяющие улучшить форму представления данных, например, можно строить навигацию по структуре репозитория [7, с. 343].

Преимуществами использования CMS-систем является возможность разработки сайта любому человеку без глубоких знаний и навыков в области веб-проектирования и веб-дизайна, возможность ежедневно обновлять информацию сайта без помощи технических специалистов. При разработке сайта пользовательский интерфейс систем позволяет включать дополнительные сервисы поиска информации, создание форумов, опросников, анкет и т. п., которые необходимы для обратной связи и интерактивного общения. В системах предоставляется огромное количество готовых шаблонов по различным тематикам: образование, бизнес, природа, наука, что повышает качество разработки сайтов.

Предоставляется возможность самостоятельного выбора цветовых схем сайта, шрифтов, размещения объектов, редактирования рубрикаторов и оперативного обновления информации. Системы позволяют разделить данные сайта и его графическое представление, что существенно снижает стоимость дальнейших модификаций. Сотруднику компании, ответственному за продвижения сайта остается только следить за качеством контента, а именно

размещением на тематических веб-ресурсах, популярных сайтах, сервисах рассылок, типа Subscribe, оригинальных материалов или анонсов статей.

Творческий процесс создания уникального текстового материала (рекламного, презентационного, пропагандистского, коммерческого и т. д.), статей для сайтов, средств массовой информации, корпоративных изданий называется копирайтингом.

В конечном итоге вся эта кропотливая работа дает рост трафика и возможность повысить свою позицию в рейтинге сайтов данной тематики.

В настоящее время стал очень популярным LSI-копирайтинг – методика написания текстов, построенная на смысловой направленности. Если тематике в SEO-текстах можно определить по наличию определенных ключевых слов, то в LSI-текстах тематика определяется на основе смысловой связи слов. Если в тексте встречаются слова «объектив», «фотография», «дизайн», «баланс белого», «фокус», «Adobe PhotoShop», то текст скорее всего об обработке фотографий. То есть, в LSI-копирайтинге упор делается не на ключевых словах, сколько на взаимосвязи используемых слов. В частности, ИПС Google старается работать со смыслом текста, а не с ключевыми словами. Поэтому, при заполнении сайта содержанием необходимо употреблять большое количество тематических слов, не размывая общий смысл. Чем больше на сайте будет тематических или около тематических фраз, тем легче будет поисковой машине понять тематику и, как следствие, повысить позиции разработанного сайта бизнес-проекта.

Наполнения сайта контентом должно удовлетворять следующим требованиям: 1) высокая уникальность текста; 2) минимальное количество слов в тексте – 300; 3) использование ключевых фраз. Это нужно для того, чтобы поисковый робот мог определить релевантность текста определенному запросу; 4) заполнение мета-тегов; 5) правильное использование заголовков H1-H6; 6) полнота ответа на запрос пользователя.

И самое важное правило – это регулярность обновления контента. Чем чаще обновляется сайт, тем чаще заходит на сайт поисковый робот, тем быстрее происходит индексация и тем выше позиции.

Для продвижения и раскручивания сайта проекта рекомендуется разместить ссылки разработанного контента на различных веб-ресурсах: 1) социальные сети; 2) тематические форумы; 3) сервисы Вопрос-Ответ, например, сервис [ответы@mail.ru](mailto:ответы@mail.ru). Здесь можно зарегистрироваться, как обычный пользователь, находить вопросы по теме проекта и давать ответы на них. Главное в ответе не забыть вставить ссылку на страницу с продвигаемым текстом; 4) информационные сервисы, например, [Subscribe.ru](http://Subscribe.ru). На данном ресурсе люди подписываются на обновления интересных им тематических групп и получают обновления себе на электронную почту. Использовать [Subscribe](http://Subscribe.ru) можно и в целях продвижения сайта, публикуя анонсы со ссылкой на статью в этих самых группах; 5) <https://context-up.ru/wp-content/uploads/2017/09/anons-subscribe.png> тематические сайты с целью размещения на них

ссылку-анонс с помощью специальных бирж типа GoGetLinks, Miralinks и другие.

Одним из важных этапов в управлении дизайн-проектированием является умение публично выступать и вести переговоры. Это необходимо практически в любой профессии. Нужные слова, произнесенные в нужной форме и в нужное время, – пропуск в финансовое, карьерное и социальное благополучие.

От качественно подготовленной презентации во многом зависит успех всего проекта, которая должна помочь при формировании определенного мнения у целевой аудитории, убеждении в правильности того или иного решения. Иными словами, презентация означает продажу решений [9, с. 21].

Перед началом разработки презентации необходимо составить общий сценарий доклада. По данному сценарию собрать как можно больше информации, выбрать самую важную информацию и структурировать ее по основным блокам: актуальность выступления и выбранной темы, проблема, которую необходимо решить, теоретический обзор предметной области, основная демонстрационная (практическая) часть, заключительные выводы и рекомендации.

Сценарий должен быть кратким, емким и простым, так как при массовых выступлениях на семинарах, форумах, деловых встречах время на доклад дается в среднем 5–10 минут. Следует помнить, что уровень подготовленности теоретической и практической частей презентации должен соответствовать уровню и языку круга участников, интересы которых необходимо обязательно учесть. Следует избегать преувеличенного оптимизма, проблем, неопределенности в высказываниях, излишних сомнений и недосказанности при освещении конкретных практических моментов. Перед выступлением рекомендуется выступить с докладом перед небольшим коллективом единомышленников с целью получения критических замечаний, которые следует затем учесть при выступлении.

Во время выступления с демонстрацией презентации необходимо соблюдать следующие рекомендации: 1) мимика должна быть приветливой; 2) во время доклада следует стоять спокойно и прямо, избегать преувеличенной жестикуляции и театральных жестов; 3) с участниками нужно поддерживать зрительный контакт; 4) говорить нужно четко, с подходящей для помещения громкостью; 5) следует предоставить возможность аудитории задавать вопросы; 6) к участникам презентации нужно по возможности обращаться по имени (отчеству); 7) выражать уверенность и демонстрировать свою заинтересованность в освещаемых вопросах и проблемах; 8) соблюдать установленные временные рамки выступления; 9) одежду следует выбирать в соответствии с планируемым контингентом участников.

В докладе к презентации, в котором рассматриваются основные этапы выполняемого или завершенного проекта необходимо придерживаться следующих моментов. Необходимо дать краткую, но исчерпывающую информацию о проекте, изложить главную идею проекта, сформулировать задачи проекта,

разделив их на основные операции, показать общие затраты на проект и его продолжительность, рассказать об ожидаемой прибыли и экономических или социальных результатах проекта в долгосрочной перспективе.

В презентации, как и в докладе, самыми яркими моментами являются вступление и заключение, которые должны быть тщательно продуманы и подготовлены. Как правило, они занимают до 30% от всего выступления. Разбитую на основные модули презентацию постарайтесь в докладе связать небольшими логическими переходами. Все задаваемые целевой аудиторией вопросы после доклада должны быть предварительно проанализированы, для чего надо постараться их предвидеть и быть к ним готовым. Этого можно достигнуть с помощью мозгового штурма или иных инструментов, перечисленных выше, где каждый член команды готовит список вопросов, которые могут быть заданы.

Основными рекомендациями при подготовке слайдов являются: 1) структура презентации должна быть легко запоминающейся; 2) начинать презентацию следует с простых и наиболее общих понятий, постепенно переходя к более конкретным и сложным; 3) в оформлении выдерживать единый стиль заголовков и подзаголовков. Слайды должны быть простыми и легко читаемыми; 4) реакция аудитории зависит и от темпа проведения презентации. Инструментальные средства подготовки презентации позволяют отрепетировать темп показа перед проведением презентации. Во время репетиции можно проверить наглядное оформление слайдов; 5) при разработке содержания необходимо идти от общего к частному, применять методы сравнительного анализа; 6) использовать два размера шрифта: один (более крупный) – для заголовков, второй (поменьше) – для основного текста. Разница между ними не должна превышать 6–10 пт. Минимальный размер текста – 24 пт.; 7) цвета фона и шрифта между собой должны сочетаться. Используйте на одном слайде не более трех цветов; 8) использовать фотографии, иллюстрации, схемы, таблицы и графики, то есть визуальные средства передачи информации, которые передают идеи быстрее, чем слова, с большей легкостью объясняют сложные понятия, обеспечивают ключевые подсказки, которые вызывают стойкие ассоциации, пробуждают и удерживают интерес аудитории. Изображение должно быть крупным, и хорошо просматриваться на расстоянии; 9) не злоупотреблять эффектами анимации, использовать дозированно и только в случае необходимости для подчеркивания определенных аспектов сообщаемых сведений, не отвлекая внимание аудитории на лишние спецэффекты; 10) используемые диаграммы и таблицы должны обязательно иметь информативные подписи; 11) музыка, звучащая во время перехода с одного слайда на другой или во время анимации, должна сконцентрировать внимание зрителей на показываемых слайдах. Не злоупотреблять звуковыми эффектами; 12) задача отдельно взятого слайда – актуализировать только самое главное и на этом акцентировать внимание слушателей. Наиболее важная идея слайда должна «схватываться» мгновенно; 13) шрифт выбирается без за-

сечек, более широкий и округлый для лучшего восприятия текста на расстоянии.

Готовая презентация всегда сопровождается подготовленным докладом. Начиная работу над текстом выступления, необходимо помнить об отличительных признаках научного знания. Избегайте деклараций собственного «Я». Повествование лучше вести от третьего лица. Здесь речь идет о реализации принципов объективности и обоснованности научного знания, которые разрешают высказывать собственную позицию или мнение субъекту только в том случае, если эта позиция снабжена достаточным системным обоснованием. Нежелательны собственные оценочные и рекомендательные суждения. Необходимо излагать мысль четким научным языком и избегать в тексте различных литературно-художественных оборотов, метафор, сленгов. Публичное выступление желательно разбить на несколько частей, чтобы каждый член команды смог выступить с небольшим фрагментом доклада. Общее время выступления при большом количестве заявленных докладов, как правило, 5–8 минут.

Для продвижения проекта в социальных сетях необходимо составить подробный портрет целевой аудитории и подготовить информацию с описанием потенциального пользователя из следующих пунктов: пол, возраст, город проживания, образование, профессиональная деятельность или сфера работы, личные интересы. Исходя из этого, можно предлагать потенциальному клиенту товары, услуги, акции и бонусы. Для создателей популярных пабликов VK это прежде всего бизнес, например, создание публичной (официальной) площадки для продвижения бренда или компании, где среди обилия завлекательно-познавательной информации вставляется реклама нужного бренда, товара, акции, распродажи или страница для фрилансеров (свободных художников), которые ведут публичную страницу по определенной тематике, а зарабатывают на том, что периодически вставляют среди полезных постов рекламные.

Сегодня становится популярным продвижение проектов, компаний, бренда, услуги, товаров в социальных медиа (SMM), где основной акцент делается на интересный, увлекательный контент, полезный для пользователя, а также оптимизация сайта под социальные сети, работа над сайтом с целью усиления взаимодействия (SMO), где основной задачей является упрощение распространения контента пользователями.

Следующим шагом является сотрудничество с блогерами и со стримерами, которые занимаются видеотрансляциями, аудитория которых может достигать нескольких миллионов подписчиков. Сегодня многие блогеры в Facebook, Instagram уже осваивают онлайн-трансляции, а значит, их тоже можно назвать стримерами, в то время как почти все стримеры публикуют посты и фотографии, то есть они по совместительству блогеры.

Еще один способ продвижения своих проектов – аудиореклама, переместившаяся в диджитал-пространство. Сегодня этот формат используют более 100 площадок – среди них «ВКонтакте», «Одноклассники», «Звук», «Яндекс.Музыка».

### **Вопросы для самопроверки**

1. Понятие и функции CMS-систем.
2. Преимущества использования CMS-систем.
3. Основные требования к контенту сайта.
4. Основные этапы разработки презентации.
5. Рекомендации при разработке слайдов презентации.
6. Доклад и публичное выступление.
7. Основные методы продвижения проектов.

## 4. Программные средства организации командной работы и управления проектами

Программные средства обеспечения условий для совместной работы в режиме онлайн помогают руководителям проекта, участникам команды постоянно быть в курсе хода реализации проекта. Если указаний по ведению проекта поступает много, они обновляются и корректируются, как и сам проект, то все эти обновления сразу отображаются в панели управления, что помогает сотрудникам увидеть этапы реализации проекта и осуществлять качественную совместную работу. Развитие программных средств управления проектами имеет богатую историю. Многие информационные системы прошли значительный путь от простых средств календарного планирования или планирования бюджета проекта. На данный момент существует множество программ, которые позволяют успешно управлять проектами любой сложности.

Проанализируем функциональные характеристики, пользовательский интерфейс, достоинства и недостатки некоторых программных средств управления проектами.

В основу онлайн-сервиса Trello (рис. 4) включена японская система канбан, реализующая главный принцип японцев, который гласит «Выполнение точно в срок». Программа интегрирована с сервисом Evernote и многими другими, предназначена для оценки личного вклада сотрудника в общее дело компании и для управления бизнес-проектами, идеями и задачами с использованием карточек, список и досок. Сервис имеет повышенные меры безопасности, приоритетную техническую поддержку, а бесплатная версия предоставляет 10 МБ для хранения информации.

Преимуществами программы является наглядность, интеграции с сервисами Dropbox, Google Диск, Gmail, Google Calendar (всего около 30), простота, количество проектов и участников не ограничено, настройка под конкретные задачи. Недостатками программы являются затраты времени на настройку и подключение сторонних сервисов для максимальной эффективности, отсутствие диаграммы Ганта, при увеличении количества карточек, списков и досок в них становится тяжело ориентироваться.

Asana – англоязычный сервис для совместного управления задачами (рис. 5). Из привычного функционала в арсенале Asana имеются проекты, задачи и подзадачи. Однако создатели task-менеджера в плане детализации пошли еще дальше – в рамках одного проекта можно разделять задачи на подразделы – секции. За счет того, что задачи свободно перемещаются из одной секции в другую, удобно использовать схему: to do – doing – done. Когда выполненных задач и проектов становится слишком много, их можно отправить в архив. Для каждого элемента устанавливаются дедлайны, можно ставить лайки, писать комментарии и добавлять подзадачи (часто они используются как чек-лист или to-do список). Если сотрудников много, а проекты и задачи разноплановые, их лучше разделить по рабочим областям, чтобы не путаться и не «захламлять» рабочее пространство. В бесплатной версии можно создавать неограниченное количество рабочих про-

странств, но в каждом из них может работать не более 15 пользователей, есть возможность создавать приватные командные проекты и выбирать для них шаблоны.

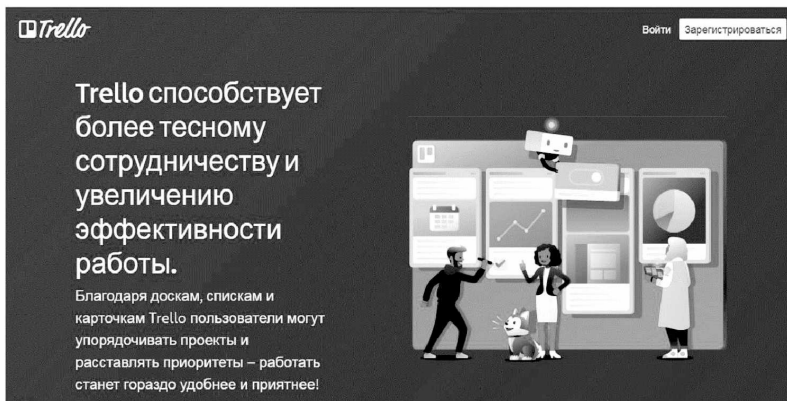


Рисунок 4. Главная страница «Trello»

Достоинства программы: 1) гибкая многоуровневая структура хорошо подходит для проектов, требующих детализации; 2) интуитивно понятный интерфейс; 3) горячие клавиши; 4) удобный поиск; 5) моментальная синхронизация на разных устройствах; 6) интеграция с Dropbox и Google Drive.

Недостатки: 1) отсутствует диаграмма Ганта; 2) нет возможности отследить прогресс в процентах; 3) только англоязычная версия; 4) нет встроенного мессенджера и возможности обмена файлами.

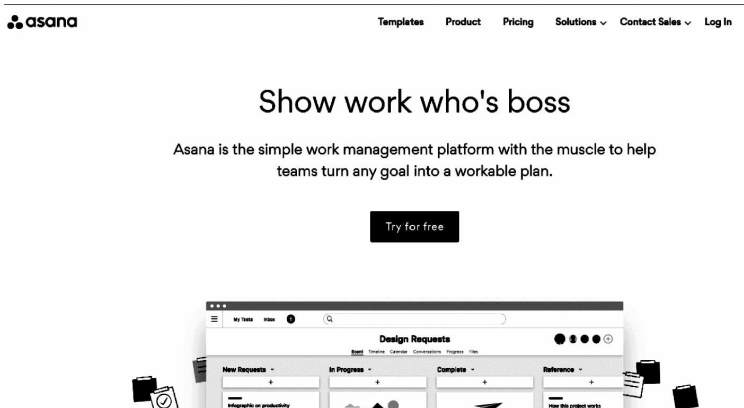


Рисунок 5. Главная страница сервиса «Asana»

Flowlu – разработчики позиционируют свой продукт как сервис для комплексного управления бизнесом (рис. 6). В данном сервисе реализован функционал CRM, есть возможность управлять командой, отслеживать расходы и прибыль, выставять счета и принимать платежи.

Аббревиатура CRM расшифровывается как Customer Relationship Management, то есть «система управления отношениями с клиентами». CRM берет всю рутину на себя, а именно формирует документы по шаблону, ставит задачи менеджерам на каждом этапе сделки, отправляет sms клиентам, создает онлайн-отчеты по всем показателям, через встроенный калькулятор рассчитывает стоимость услуг, а также отслеживает важные даты и моменты (продление договора, выставление счета на оплату, предложение услуг, бонусов, сервисов и др.).

Система довольно гибкая, при правильной настройке можно собрать в ней всю работу, и не переключаться постоянно между разными сервисами. Бесплатный тариф предлагает возможность работать трем пользователям – добавлять проекты (одновременно только 20), задачи, рабочие области (всего 2) и доски проектов (тоже 2), хранить файлы (1 ГБ), пользоваться чатом и веб-формами для создания сделок, вести 20 клиентов в CRM и выставять счета.

Достоинства: 1) доски проектов, с помощью которых создаются шаблоны для типовых работ, на одной доске отображаются все проекты, которые в данный момент в работе – каждый на своем этапе; 2) гибкость – легко адаптируется под нужды конкретной компании; 3) единый центр управления задачами – экран, на котором отображается, что и когда нужно сделать. Можно отфильтровать по проектам или другим критериям; 4) групповой чат; 5) резервное копирование данных; 5) обмен сообщениями; 6) облачное хранилище; 7) интуитивно понятный интерфейс.

Недостатки: 1) функционал базовой версии сильно ограничен – недоступны многие полезные инструменты; 2) на бесплатном тарифе может работать до 3 пользователей; 3) нет мобильного приложения; 4) нет интеграции с Google Диск и другими облачными хранилищами. Файлы загружаются с компьютера.

Neaktor выпущен белорусскими разработчиками в 2015 году, сервис управления задачами и внутренними коммуникациями (рис. 7). Интерфейс и логика системы несколько запутаны, она скорее подойдет большим компаниям со сложными бизнес-процессами, чем командам из нескольких человек. Отлично справляется с организацией работы над однотипными задачами. Прежде, чем создать первое задание в новом проекте, нужно настроить модели бизнес-процессов. Система очень гибкая – меняются поля, формы и их расположение на странице. В бесплатной версии могут работать до 7 пользователей, максимальный объем облачного хранилища – 1 ГБ.

Достоинства: 1) гибкость, настройка под любой вид бизнеса; 2) в бесплатном тарифе нет ограничений по количеству задач и проектов; 3) диаграмма Ганта для задач и подзадач; 4) планировщик личного расписания; 5) поиск, фильтры, напоминания и уведомления; 6) облачное хранилище; 7) резервное копирование данных; 8) управление доступом; 9) расстановка приоритетов и делегирование задач; 10) функционал для управления бизнес-процессами – жизненным циклом и биз-

нес-правилами, визуальное моделирование; 11) в карточку задачи можно добав-  
лять собственные информационные поля; 12) мобильные приложения.

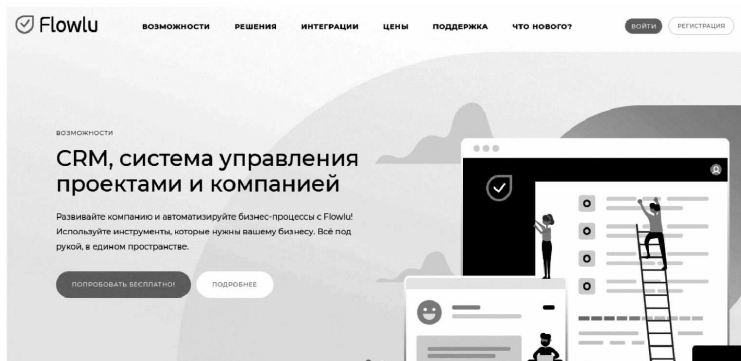


Рисунок 6. Главная страница «Flowlu»

Недостатки: 1) в проектах нет оценки затрат и возможности отследить прогресс в процентах; 2) не совсем удобное визуальное отображение информации, так как в списке задачи и подзадачи отображаются на одном уровне, оценить подчинение и порядок работы можно только на диаграмме Ганта; 3) перед началом работы с системой необходимо потратить время на ее настройку, чтобы все было удобно и на своих местах.

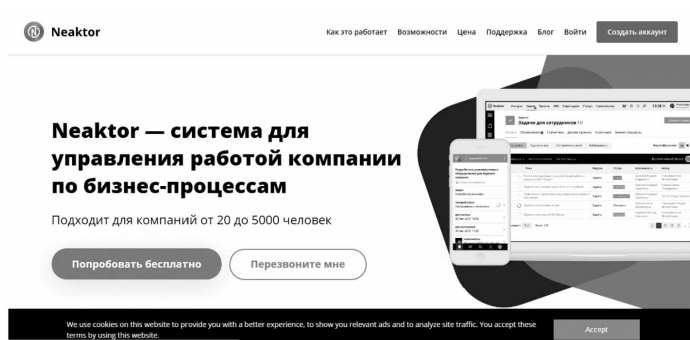


Рисунок 7. Главная страница сервиса «Neaktor»

«Простой бизнес» – универсальный сервис, подходит для любой сферы деятельности (рис.8). Среди клиентов – ОАО «Лукойл», ООО «ТК «Белаз», UNIDO, ОАО «РусГидро» и еще более 110 тысяч пользователей по всему миру. «Простой бизнес» награжден знаком «Лидер отрасли» в 2017 году. В 2020 году продукту исполнилось 12 лет.



Рисунок 8. CRM-система «Простой бизнес»

Основными функциями системы «Простой бизнес» являются: 1) ведение клиентской базы (все виды коммуникаций с клиентом, шаблоны документов, воронка продаж, диаграммы и графики, отчеты по продажам, подключение заявок с сайта в CRM и другое); 2) управление проектами и задачами (файлы по проекту, учет рабочего времени, диаграмма Ганта, календарь); 3) управление персоналом (контроль выполнения задач, назначение дел, база знаний, запись звонков, статистика по сотруднику); 4) документооборот (хранение файлов любого типа, замена, сканирование, отправка документов по факсу); 5) встроенные коммуникации (IP-телефония, SMS, e-mail и SMS-рассылки, чат, видеоконференции); 6) бухгалтерия и складской учет; 7) управление сайтом (встроенная CMS); 8) сквозная аналитика бизнеса (основные показатели от визитов и заявок до прибыли и ROI в едином отчете, подключение Яндекс.Директ и Google Ads).

Jira – мощный онлайн сервис, позволяющий командам-разработчикам планировать проекты, назначать исполнителей задач, планировать спринты и собирать задачи в бэклог, выставлять приоритеты и дедлайны (рис. 9).

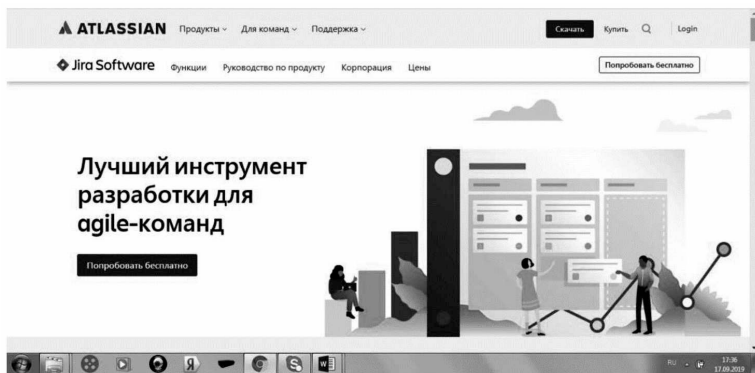


Рисунок 9. Главная страница сервиса Jira

Достоинства сервиса: 1) Drag&Drop для перетаскивания задач в бэклоге, в спринте; 2) большое количество настроек фильтрации; 3) визуализация – позволяет быстро ориентироваться и делать изменения в спринте; 4) возможность выбора причин для закрытия задач; 5) детальные отчеты; 6) простота в управлении проектами; 7) простой и удобный трекер времени.

Недостатки: 1) сложность настроек; 2) нет возможности назначения нескольких исполнителей для одной задачи; 3) применение определенных настроек для фильтров, которые будут полезными для команды, может заблокировать уже используемые настройки.

Bitrix24 – сервис, включающий в себя таск-менеджмент, планирование проектов и времени их выполнения, визуализацию информации на календаре, возможность делиться документами, создавать виртуальные рабочие группы и получать уведомления (рис. 10).

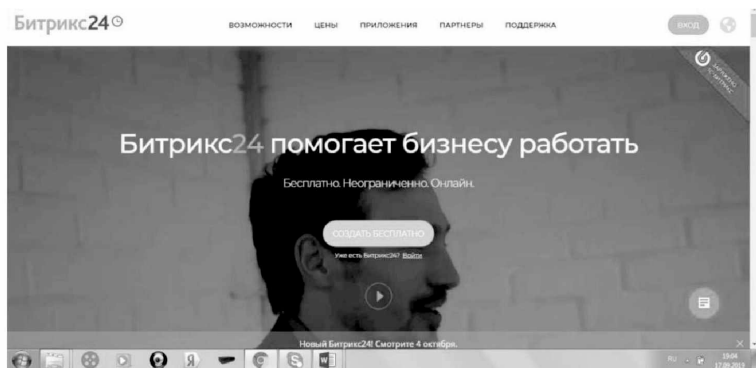


Рисунок 10. Главная страница сервиса Bitrix24

Достоинства: 1) использование только как CRM системы; 2) широкие возможности программы.

Недостатки сервиса: 1) сложность в использовании; 2) минимальная визуализация задач и проектов в целом; 3) невозможность кастомизации; 4) много функций, которые никогда не понадобятся; 5) дополнительная плата за обновления.

Basecamp – один из самых популярный онлайн-сервисов для совместной работы над проектами, позволяющий делиться документами, вести обсуждения с командой, создавать to-do листы и добавлять комментарии к задачам, высылать и принимать электронную почту (рис. 11).

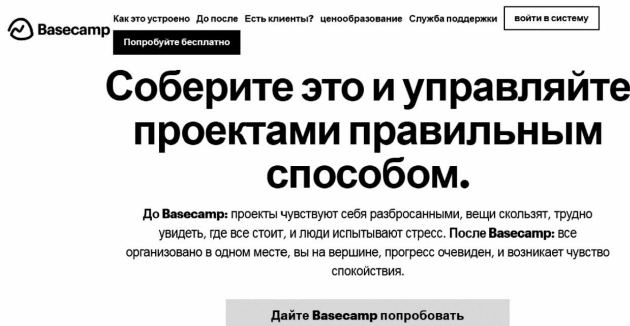


Рисунок 11. Главная страница сервиса Basecamp

Достоинства сервиса: 1) простой в использовании; 2) наличие мгновенных уведомлений об обновлениях.

Недостатки: 1) нет возможностей для тактического и стратегического планирования; 2) не хватает особенностей для отслеживания ошибок; 3) невозможность оценки проекта в целом.

Wrike – единая система для работы над проектами с расширенными функциональными особенностями позволяет назначать роли и создавать рабочее пространство для каждого отдела, ставить и обсуждать задачи, следить за их статусом и прогрессом, делиться файлами, а также отображать задачи проекта на диаграмме Ганта и получать еженедельные отчеты (рис. 12).

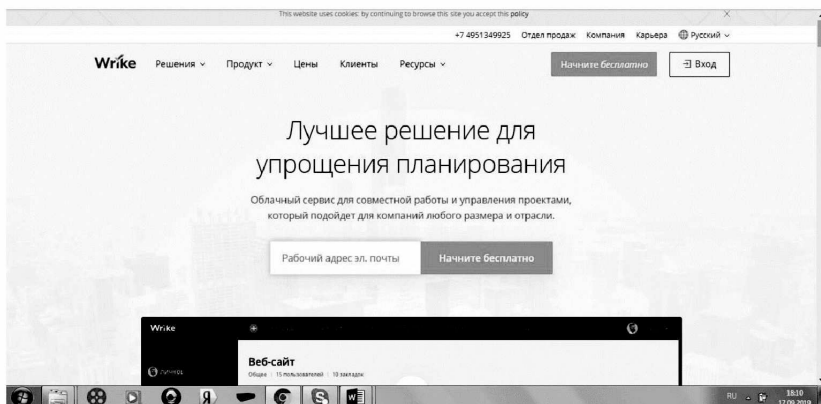


Рисунок 12. Главная страница сервиса «Wrike»

Достоинства сервиса: 1) удобен как для больших, так и для маленьких команд; 2) есть возможность создавать отдельные папки для отдельных проектов.

Недостатки: 1) сложная навигация.

Process Street – сервис для управления бизнес-процессами, позволяющий создавать рабочее пространство, ставить задачи и создавать чек-листы и SOP (standard operating procedures), следить за процессами в компании, устанавливать права, планировать активности и управлять проектами вместе с коллегами (рис. 13).

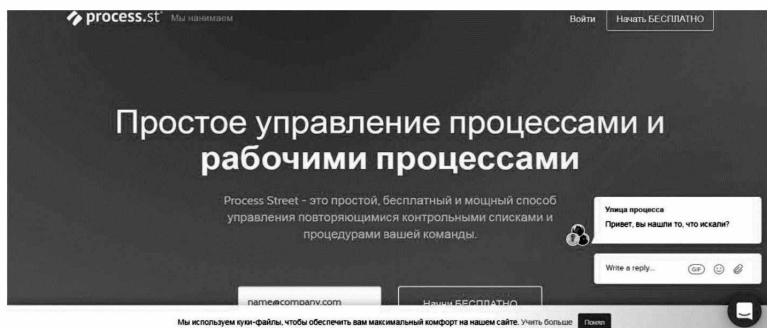


Рисунок 13. Главная страница сервиса Process Street

Достоинства: 1) простая настройка, добавление контактов при использовании системы; 2) есть приложение для iOS; 3) простой приятный интерфейс.

Минусы сервиса: 1) нет возможности сортировать задачи по датам исполнения; 2) нет возможности выгружать проекты и чек-листы.

Worksection интуитивно простой сервис, имеющий следующие функции: 1) обеспечивает четкую структуру рабочих процессов – проекты, задачи и подзадачи. К заданиям можно оставлять комментарии, выставять сроки и приоритетность, вести учет времени и отчетность; 2) коммуникация привязана к задачам. Возможность наблюдения за историей задач в хронологическом порядке; 3) возможность сравнения данных, например, что планировалось сделать и сколько по факту было сделано, кто просрочил задачи и сколько потрачено времени (денег) на проект. Посмотреть план (фактический отчет) и посчитать прибыльность проекта; 4) уведомления руководителям о просроченных задачах; 5) возможность добавления новой информации к задаче, добавление файлов и ссылок, отправка сообщений (при этом в обсуждении участвуют только люди, необходимые для исполнения задачи).

Сервис GanttPRO (рис. 15) предназначен для планирования и управления проектами с помощью диаграммы Ганта. Позволяет создавать задачи, распределять их между участниками проекта, назначать ресурсы, комментировать задачи и прикреплять файлы к ним, просматривать историю изменений и многое другое. Наличие русскоязычной версии. Не имеет бесплатного тарифного плана.

Основной функционал сервиса GanttPRO: 1) создание наглядных планов проектов и назначение участников на задачи; 2) контроль выполнения задач; 3) отслеживание развития проекта и управление ресурсами; 4) поддержка Drag-and-drop и экспорт диаграмм в форматы pdf, png, xlsx или xml; 5) наличие расширенного поиска и фильтров; 6) шаблоны проектов для различных сфер; 7) комментарии к задачам и прикрепление файлов, просмотр истории изменений и отмена действий; 8) наличие доски задач; 9) базовый план.

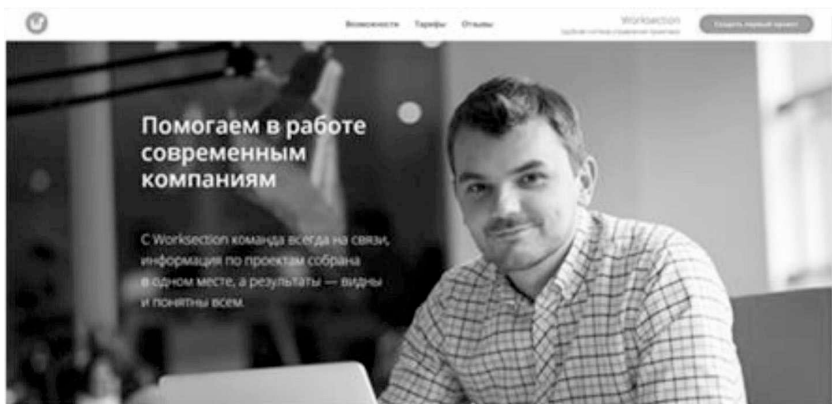


Рисунок 14. Главная страница сервиса «Worksection»

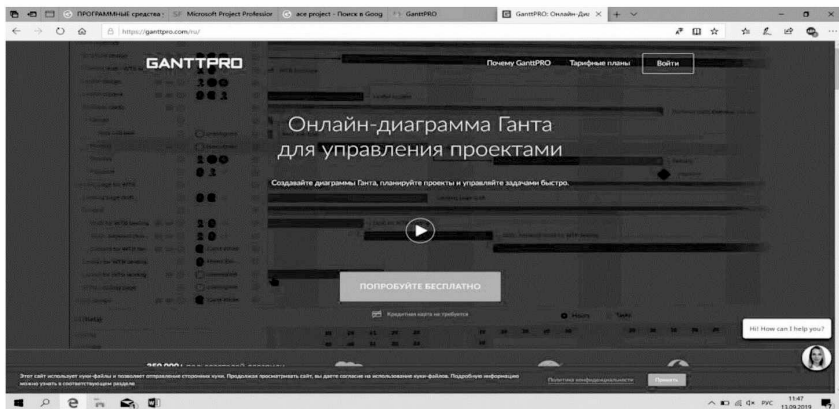


Рисунок 15. Главная страница программы «GanttPRO»

### Вопросы для самопроверки

1. Функциональные характеристики программных средств управления проектами.
2. Программные средства организации командной работы.
3. Понятие CRM-системы.
4. Основные функции системы «Простой бизнес».
5. Основные функции онлайн-сервиса Trello.
6. Основные функции программы Bitrix24.
7. Назначение диаграммы Ганта.

## 5. Лабораторный практикум

### Лабораторная работа № 1. Портал бизнес-навигатор МСП

**Цель работы** – знакомство с онлайн сервисом «Бизнес-навигатор». Создание примерного бизнес-плана дизайн проекта.

Портал бизнес-навигатора малого и среднего предпринимательства (МСП) – бесплатный Интернет-ресурс для юридических и физических лиц. С помощью данного сервиса можно выбрать вид бизнеса, рассчитать примерный бизнес-план, взять кредит и оформить гарантию, узнать о мерах поддержки малого бизнеса, подобрать в аренду помещение и многое другое.

Идея бизнес-навигатора состоит в создании единого инструмента (единого окна) в рамках которого предприниматель, будущий предприниматель или студент смогут получить весь объем информации, позволяющий им в будущем принять решение открытия или расширения того или иного вида бизнеса.

Соответственно, первоочередная задача сервиса – предостеречь от ошибок и рассчитать примерный бизнес-план, исходя даже из того, что человек вообще не знает, какой он конкретно вид бизнеса планирует на данный момент. В определенном районе города можно посмотреть востребованные виды бизнеса, исходя из спроса и предложения. Если имеется определенная сумма денег, то на основании данной цифры программа позволяет рассчитать, каким лучше видом бизнеса заняться. Система рассчитывает количество собственных и заемных средств, исходя из примерного бизнес-плана.

Кроме этого, «Бизнес-навигатор» – это образовательная платформа, позволяющая обучить студентов азам бизнеса, включающая все меры информационной поддержки. Если будущий предприниматель знает вид конкретного бизнеса – автосервис или здоровое питание, открытие небольшой торговой точки, фитнес клуба или заводика, то система подберет все составляющие элементы, включая финансовую составляющую бизнеса, необходимые документы и персонал.

Базой для расчета Бизнес-навигатором МСП примерных бизнес-планов являются усредненные данные о более чем 6000 реальных успешных предприятий малого бизнеса, предоставленных компаний «ЕваБета» и параметров франшиз, проверенных экспертами отраслевых профессиональных объединений, описывающих основные показатели создания (инвестиционная программа) и ведения (формат обслуживания, операционные затраты) бизнеса.

Данные о конкурентах предоставлены компанией 2ГИС («ДубльГис»). Расчет спроса на товары и услуги выбранного бизнеса основан на данных о реальном потреблении более 1500 товаров и более 150 видов услуг, предоставленных компанией «РОМИР Панель».

Формат и состав примерного бизнес-плана согласован общественными деловыми объединениями предпринимателей: «ОПОРА России», «Деловая Россия», Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Российский союз промышленников и предпринимателей; банковскими ассоциациями и крупнейшими банками, включая банки с государственным участием, негосударственные банки, а также Агентством стратегических инициатив.

## Практическое задание

Зарегистрируйтесь на портале бизнес-навигатора МСП (рис. 16). Изучите пользовательский интерфейс программы и основной функционал.

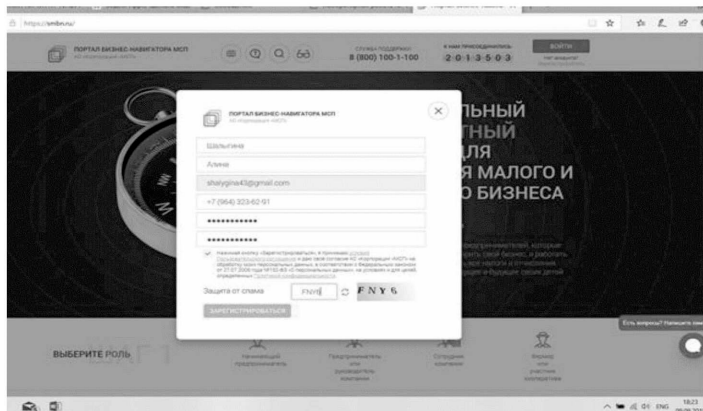


Рисунок 16. Регистрация в портале

1. Введите город и конкретный адрес (рис. 17) – портал покажет топ-7 видов бизнеса, которых не хватает в данном районе (рис. 18). Расчеты доступны по 110 видам бизнеса в 174 городах РФ.

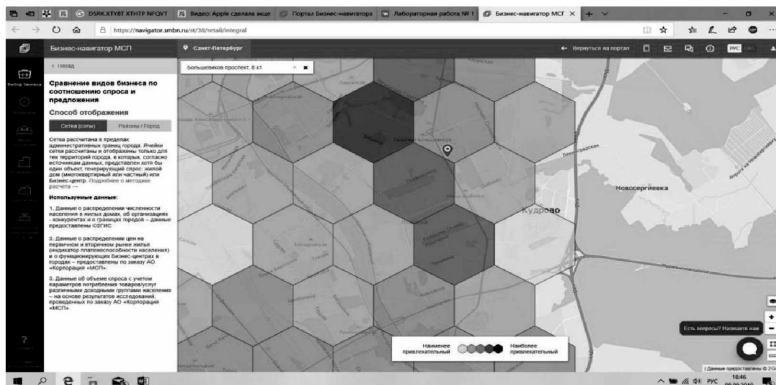


Рисунок 17. Установка города и адреса



Рисунок 18. Выбор наиболее востребованных видов бизнеса в районе

2. Статистические данные рыночной ниши выбранного района представлены на рисунке 19.

3. Выберите определенный вид бизнеса – например, магазин автозапчастей, стоимость реализации которого составляет 6744 тыс. руб., чистый денежный доход за 5 лет составит 5081 тыс. руб., срок окупаемости – 40 месяцев, необходимая общая площадь – 450 кв. метров.

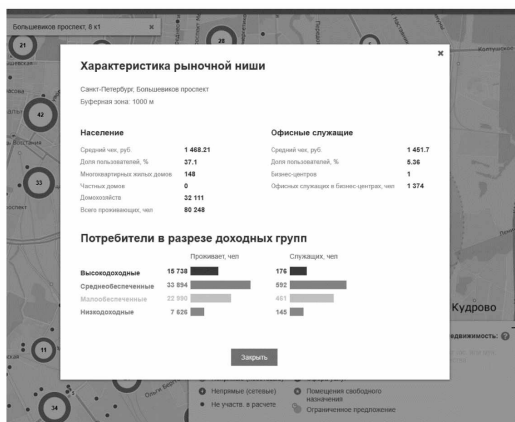


Рисунок 19. Характеристика рыночной ниши по адресу город Санкт-Петербург, проспект Большевиков

4. Выбор отдельного бизнеса представлен на рисунке 20.
5. Расчет примерного бизнес-плана для данного вида бизнеса представлен на рисунке 21.

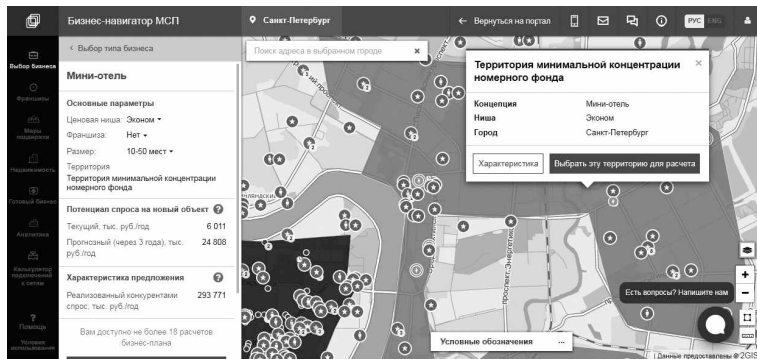


Рисунок 20. Выбор территории минимальной концентрации выбранного вида бизнеса

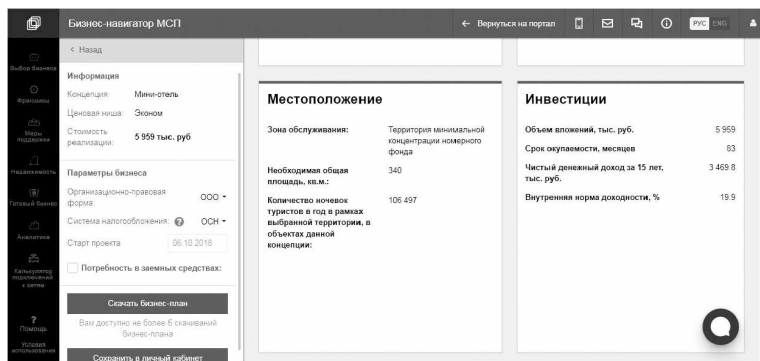


Рисунок 21. Основные параметры выбранного вида бизнеса

6. Резюме бизнес-плана представлено на рисунке 22.
7. В выполняемом отчете для выбранного вида бизнеса перечислите документы, необходимые для его открытия. Например, необходимый перечень документов для открытия магазина автозапчастей включает следующий перечень документов:
8. Учредительные документы для ООО: устав, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе (ИНН), лист записи реестра юридических лиц, выписка из реестра юридических лиц с актуальными кодами ОКВЭД. Учредительные документы для ИП: лист записи реестра ИП, выписка из реестра ИП с актуальными кодами ОКВЭД;

9. Уведомление о начале деятельности в территориальный орган Роспотребнадзора;
10. Договор аренды помещения;
11. Договоры на вывоз ТБО, на дератизацию, дезинфекцию, дезинсекцию помещений;
12. Документы по пожарной безопасности: приказ об установлении противопожарного режима, инструкция о мерах пожарной безопасности, удостоверение о прохождении руководителем пожарно-технического минимума, журнал регистрации противопожарного инструктажа, план эвакуации при пожаре;
13. Программа производственного контроля с обязательным уведомлением Роспотребнадзора;
14. Заявление о регистрации и техпаспорт контрольно-кассовой техники (ККТ), договор на техническое обслуживание и ремонт ККТ;
15. Договор на обработку фискальных данных;
16. Комплект документов для стенда с информацией о защите прав потребителей (Закон о защите прав потребителей, контактные данные контролирующих органов и экстренных служб, информация об обслуживании льготных категорий граждан, книга отзывов и предложений);
17. Журнал учета инструктажей по требованиям охраны труда и техники безопасности;
18. Пакет документов по результатам проведения специальной оценки условий труда (СОУТ);
19. Нормативная документация для магазинов автозапчастей.

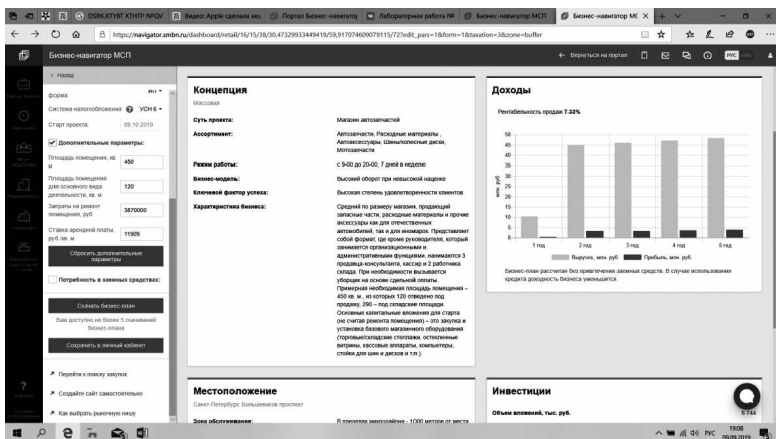


Рисунок 22. Резюме бизнес-плана

Внимательно просмотрите основные этапы проекта (рис. 23).

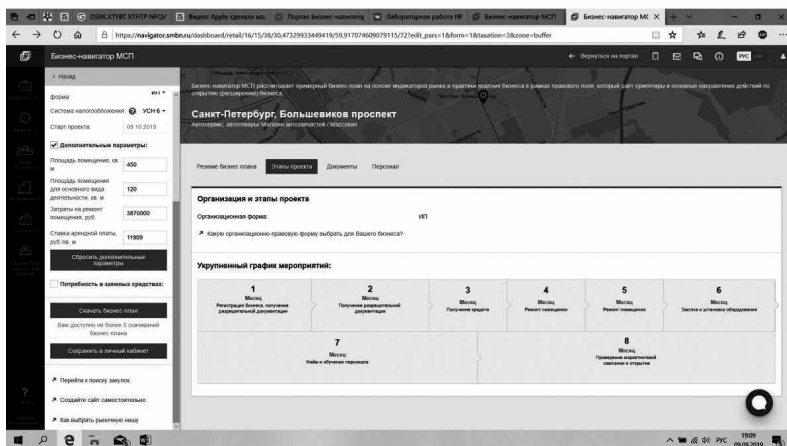


Рисунок 23. Основные этапы проекта

Проанализируйте информацию по набору персонала. Скорректируйте набор персонала по своему усмотрению. Для данного вида бизнеса руководитель имеет ставку 115 494 руб. в месяц, продавец-консультант 39879 руб. в месяц, кассиры 39879 руб. в месяц, работники склада 36861 руб. в месяц, уборщица 36861 руб. в месяц (рис. 24).

| Персонал                       |                   |                      |                   |
|--------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| Должность в штатном расписании | Количество ставок | Ставка, руб. в месяц | Итого, руб. в год |
| Руководитель                   | 0.15              | 115 494              | 207 889           |
| Продавец-консультанты          | 3                 | 39 879               | 1 435 644         |
| Кассиры                        | 1                 | 39 879               | 478 548           |
| Работники склада               | 2                 | 36 861               | 884 654           |
| Уборщица                       | 0.5               | 36 861               | 221 166           |
| <b>Итого</b>                   | <b>6.65</b>       |                      | <b>9 227 911</b>  |

Общероссийская база вакансий «Работа в России»  
По указанной ссылке Вы можете перейти на общероссийскую базу резюме «Работа в России» Роструда России. После перехода на сайт «Работа в России»  
© Федеральное агентство по труду и занятости

Рисунок 24. Данные о персонале

Рассмотрев данные о банках и предлагаемых ими программах кредитования, выберите наиболее выгодный и приемлемый вариант. Например, Россельхозбанк предлагает наиболее выгодные условия кредита на 100000 рублей в период на 5 лет при ставке 11, 54% (рис. 25).

Используя фильтры, проанализируйте результаты маркетинговых и панельных исследований спроса и потребления товаров и услуг различными категориями граждан в целевых городах Российской Федерации (рис. 26).

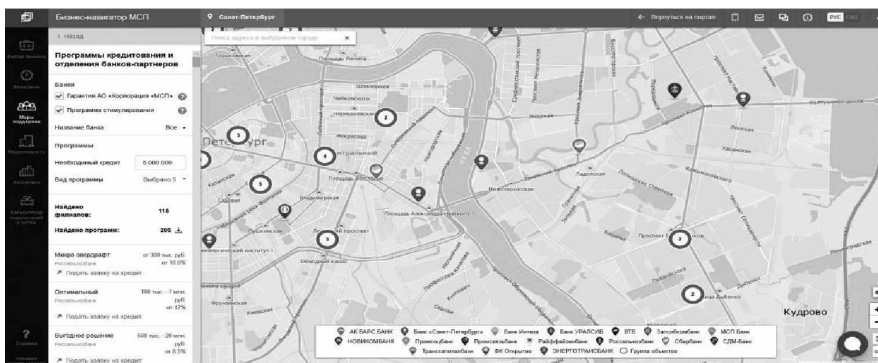


Рисунок 25. Информация по банкам-партнерам

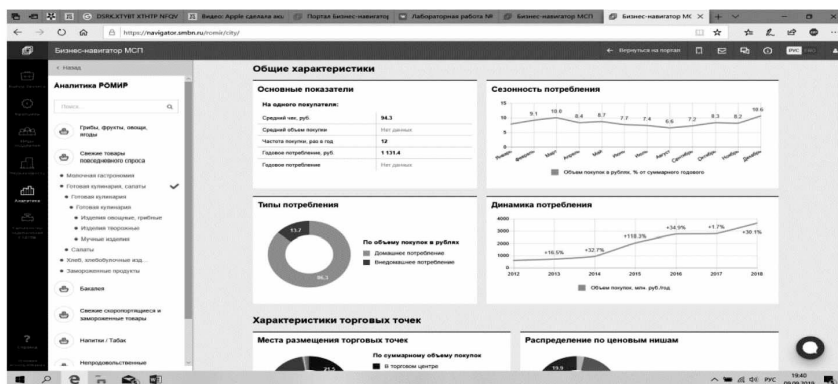


Рисунок 26. Аналитика РОМИР  
(Российское общественное мнение и исследование рынка)

Раздел готового бизнеса был удален из программы в третьем квартале 2019 года, данный сервис на сегодняшний день не доступен (рис. 27). Анализ готового бизнеса был необходим для общего ознакомления.

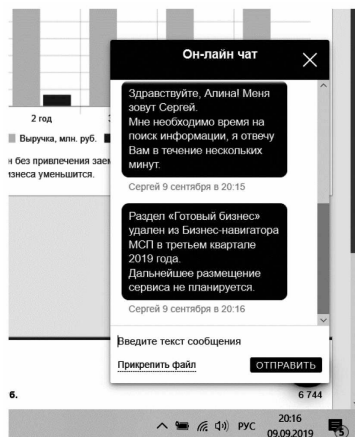


Рисунок 27. Пример ответа на вопросы в онлайн чате программы

Бизнес-навигатор МСП рассчитывает примерный бизнес-план на основе индикаторов рынка и практики ведения бизнеса в соответствии с законодательством Российской Федерации. Примерный бизнес-план дает ориентиры и показывает основные действия по открытию (расширению) бизнеса.

Сформируйте отчет по работе (Приложение 1) с подробным описанием основных элементов открытия выбранного вида бизнеса. Добавьте сопровождающие рисунки (скриншоты открываемых окон). Сделайте общий вывод по работе. Сохраните отчет на сервере СПБГИК в папке «Отчет по работе № 1». Образец титульного листа представлен в Приложении 2.

## Лабораторная работа № 2. Обзор современных онлайн сервисов, необходимых для работы над дизайн-проектами

**Цель работы** – анализ и практическое использование современных программных средств, онлайн сервисов, веб-систем для работы над дизайн-проектами.

Онлайн Интернет сервис – небольшая программа, предоставляющая помощь в конкретной предметной области для поддержки и автоматизации различных процессов и операций.

Выполните обзор современных онлайн сервисов, необходимых в работе специалиста дизайнера для текущей работы над проектами. Все выбранные программы, сервисы, веб-системы/порталы разделите на две, три общие категории (классы). Выберите из предложенных категорий: 1) программы-переводчики; 2) приложения для онлайн планирования; 3) приложения создания рекламы в социальных сетях; 4) инструменты анализа поведения пользователей; 5) приложения для обработки изображений и видео; 6) сервисы для хранения и передачи файлов; 7) блоггинг; 8) новостные приложения; 9) email-маркетинг; 10) программы-утилиты; 11) сервисы для организации командной работы над проектами; 12) документы, учет и ав-

томатизация; 13) онлайн бухгалтерия; 14) сервисы для заполнения налоговых деклараций; 15) облачные сервисы; 16) сервисы – навигаторы; 17) бизнес-навигаторы; 18) системы мониторинга социальных медиа и СМИ или предложите свои.

В каждой выбранной категории рассмотрите необходимые для работы программы и дайте им общую характеристику.

Пример 1 – категория «Сервисы для обработки изображений и видео».

Snapseed – полноценный профессиональный фоторедактор, разработанный компанией Google. К основным возможностям можно отнести 29 инструментов и фильтров, в том числе Точечную коррекцию, Кисть, Структуру, Эффект HDR, Перспективу и т. д. Приложение открывает как JPG-, так и DNG-файлы, позволяет сохранять свои стили и применять их к новым фотографиям (рис. 28).

Приложение PicsArt в 2019 году стало одним из самых скачиваемых приложений в мире, его установили более 700 миллионов человек. В данном сервисе есть все для творческого самовыражения: фильтры и эффекты, коллажи, стикеры и клипарт, ретушь лица, бесплатная галерея фотографий, шаблоны постов и stories и многое другое. Кроме того, данный редактор можно использовать и для обработки видео, а именно выбрать фильтр, обрезать видео под нужный формат, сделать кастомизированную настройку яркости, теней и температуры. Помимо этого, на любое видео можно наложить фото, стикеры или текст (рис. 29).

Сервис для редактирования видео YouCut обладает большинством полезных функций для редактирования видео или монтажа кинофильмов. Пользователь может обрезать и нарезать видео, слить несколько клипов воедино, наложить музыку, размыть фон, изменить скорость, а также аспектовое отношение (1:1, 16:9, 3:2 и т. д.), сжать, конвертировать видео и многое другое (рис. 30).

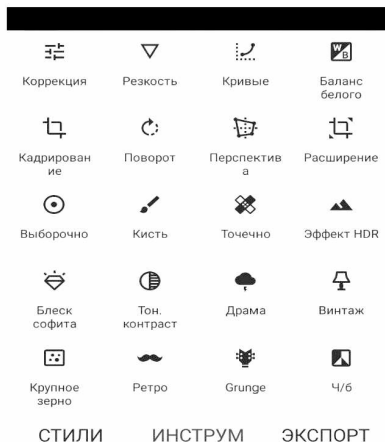


Рисунок 28. Сервис «Snapseed»



Рисунок 29. Сервис «PicsArt»

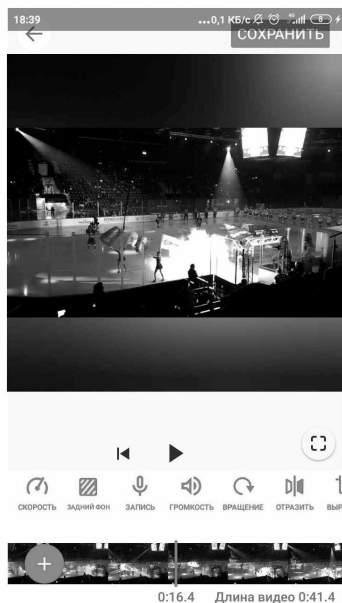


Рисунок 30. Приложение «YouCut»

Пример 2 – категория «Инструменты анализа поведения пользователей». Сервис – «Google Analytics» (рис. 31) является одним из самых популярных инструментов, удобен для отслеживания статистики и лучшего понимания потребностей пользователя. Около 57% сайтов отдают предпочтение именно ему. С его помощью можно отследить:

- конверсию страницы в зависимости от ее цели;
- количество посещений и источники трафика;
- цели посещения страницы;
- самые эффективные триггеры, влияющие на результат каждого посещения;
- малоэффективные информационные блоки.

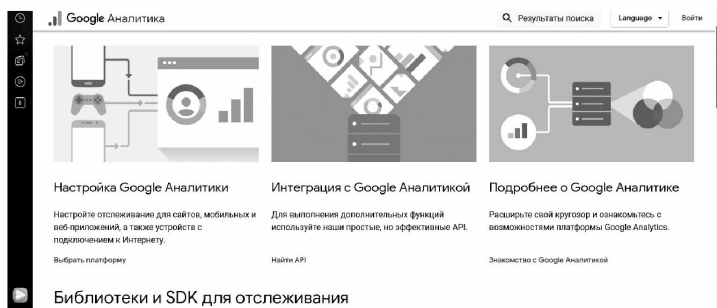


Рисунок 31. Сайт «Google Analytics»

Большинство функций являются бесплатными, но по желанию можно докупить необходимые инструменты.

Сайт «Яндекс Метрика» (рис. 32) удобен для отслеживания поведения пользователей, проверки работы своего сайта. Данный сервис пользуется большей популярностью у российских пользователей, чем другие аналогичные сервисы. Он более понятен и прост. Функции те же, что и у «Google Analytics».

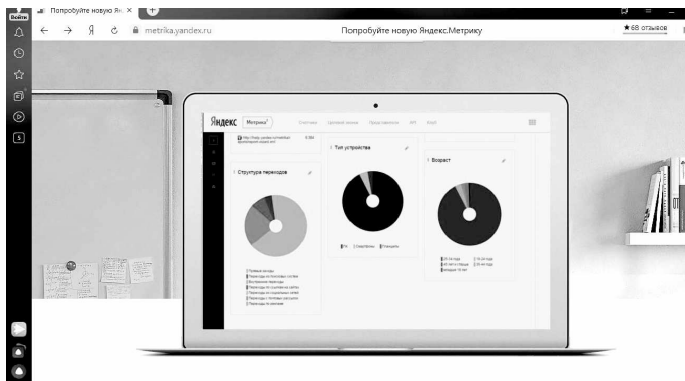


Рисунок 32. Сайт «Яндекс Метрика»

Сервис Яндекс Вебмастер» (рис. 33) позволяет получить подробную информацию о сайте, о позициях в выдаче, посмотреть статистику о статусе индексирования любой страницы.

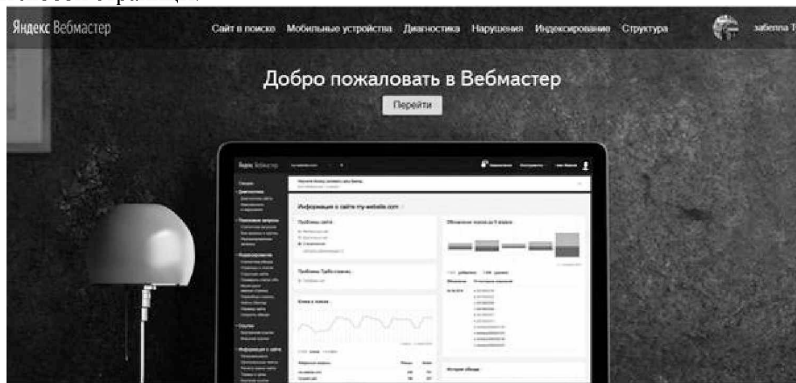


Рисунок 33. Главная страница «Яндекс Вебмастер»

Пример 3 – категория «Блоггинг», сервис – «LiveJournal» (рис. 34). Данный интернет-ресурс предоставляет возможность любому пользователю сети Интернет вести свой личный онлайн дневник в сети и записывать туда все что угодно: мыс-

ли, наблюдения, важные записи и т. д. Функционал позволяет размещать собственные записи и комментировать чужие, участвовать в наполнении контентом коллективных блогов (сообществ), добавлять в друзья владельцев интересных страниц и следить за их блогами во френдленте (лента друзей), а также привлекать новых подписчиков для роста популярности блога. Все это дает возможность в дальнейшем осуществлять рекламу своего дизайн проекта с привлечением потенциальных потребителей услуг и товаров.

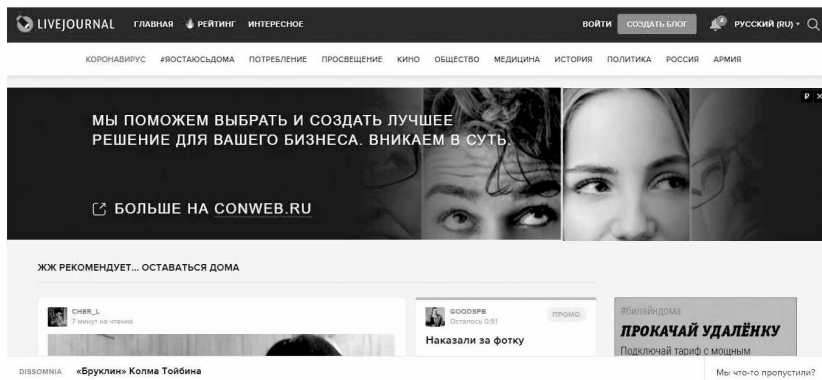


Рисунок 34. Главная страничка «LiveJournal»

С помощью анализаторов, в этом разделе можно найти потенциально интересные пользователю темы (рис. 35).

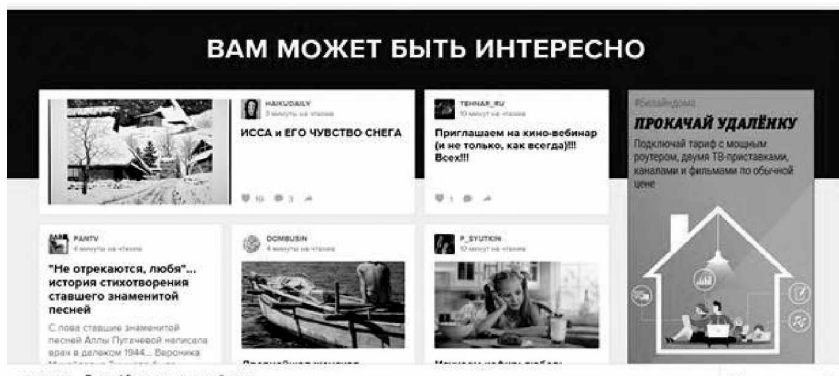


Рисунок 35. Вкладка рекомендаций «LiveJournal»

Сервис «Яндекс Дзен» удобен для поиска новых клиентов, большого информирования о проведенных мероприятиях с помощью статей (рис. 36).

## Лента

- + кино
- + путешествия
- + наука
- + технологии
- + стиль
- ▼ еще 5 интересов

- Скачать приложение
- Рекламодателям
- Все каналы платформы
- О сервисе

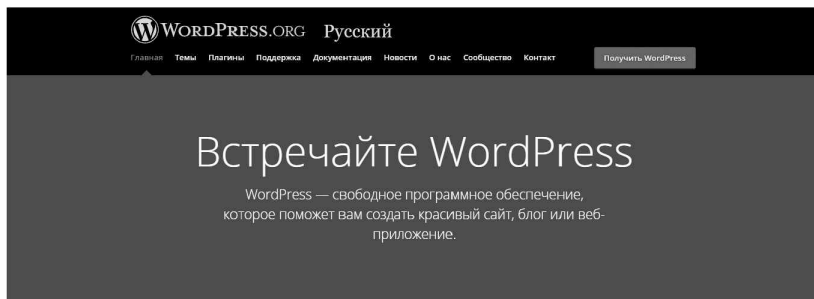
## Лента на основе ваших интересов



Продолжая далее, вы соглашаетесь с условиями  
пользовательского соглашения Яндекс Дзен.  
[Читайте полный текст пользовательского соглашения](#)

Рисунок 36. Главная страница «Яндекс Дзен»

Сервер «WordPress» (рис. 37) удобен для создания собственного независимого блога, на платформе которого можно размещать новости и статьи. С его помощью легко создать сайт или собственное веб-приложение.



Красивый дизайн, впечатляющие возможности и свобода  
создавать всё, что вы захотите. WordPress одновременно

Рисунок 37. Главная страница «WordPress»

Пример 4 – категория «Приложения создания рекламы в социальных сетях» (рис. 38). Сервис – «Canva» очень популярен, так как включает большой набор шаблонов для дизайна. Удобен тем, что функционал позволяет создавать привлекательные фотоколлажи, презентации, сайты, инфографику, материалы для онлайн- и офлайн-маркетинга.

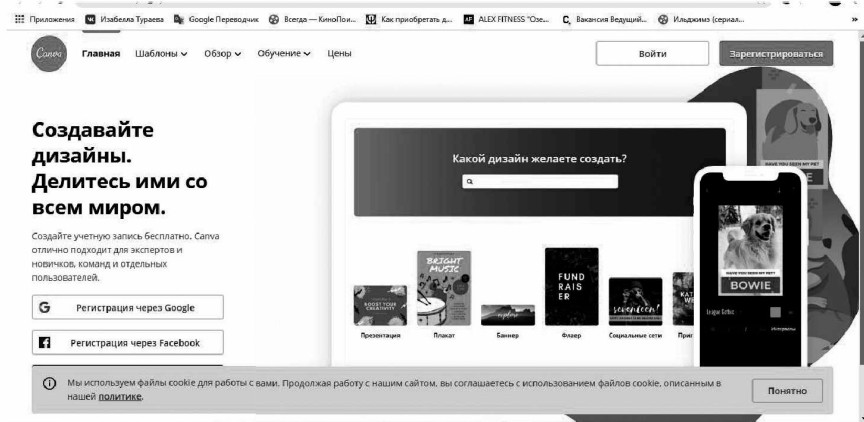


Рисунок 38. Главная страница сервера «Canva»

Сервис – «Crello» (рис. 39) удобен тем, что имеет 40 типов шаблонов, включая бесплатные анимированные (для маркетинговых материалов, материалов для блога, соцсетей, рекламы). Данный сервис не только дает возможность создания красивой рекламы, но и предлагает пользователям огромное количество идей для дизайнов по различным категориям.



Рисунок 39. Вкладка «Crello» с вдохновляющими картинками

Пример 5 – категория «Программы-переводчики», сервис – «ПРОМТ» (рис. 40) переводит тексты, документы, сайты на 19 языков. Возможен выбор тематики для более достоверного перевода. Существует ограничение на 3000 символов.

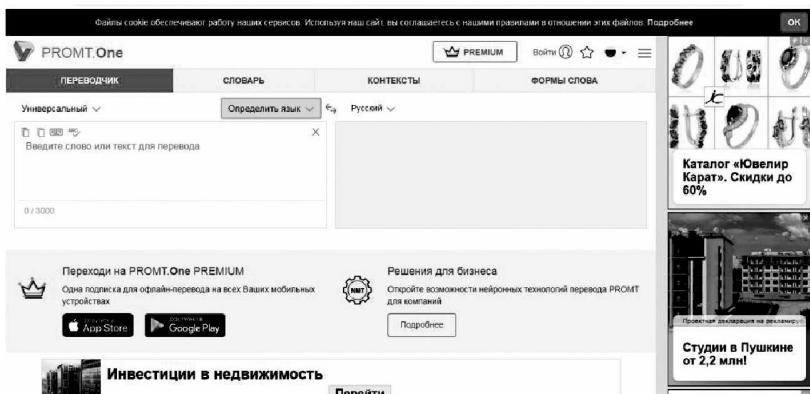


Рисунок 40. Сайт «ПРОМТ»

«Яндекс.Переводчик» (рис. 41) – направление перевода у этого сервиса определяется автоматически. Возможен перевод отдельных слов, целых текстов и отдельных интернет-страниц (по ссылке). При ручном вводе текста система сама предлагает подсказки во всплывающем окне. Есть возможность двухстороннего просмотра перевода и оригинала для веб-страниц. Помимо машинного перевода, доступен и полный англо-русский и русско-английский словарь. Можно прослушать произношение перевода и оригинального текста (синтезированный женский голос). Сервис выполняет перевод на 96 языков. Существует ограничение на 10000 символов.

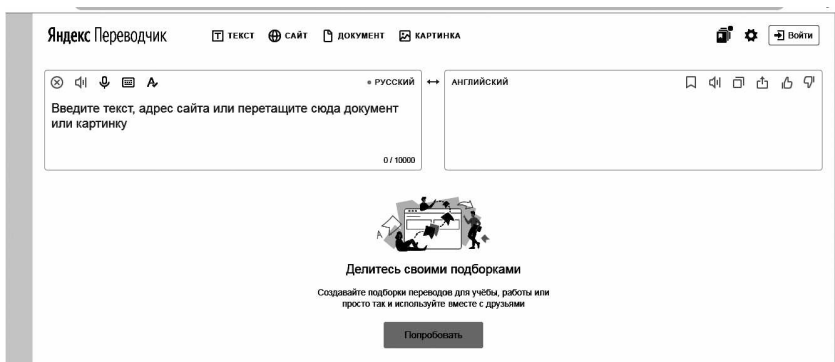


Рисунок 41. Сайт «Яндекс.Переводчик»

Сервис – «Google Translate» (рис. 42) – бесплатный сервис онлайн-перевода, выполняющий перевод текстов, веб-страниц и документов. Есть возможность перевода разговора, перевода текста с картинки. Можно прослушать произношение перевода и оригинального текста (возможность выбора женского или мужского голоса). Перевод можно выполнить на 108 языков. Существует ограничение на 5000 символов.

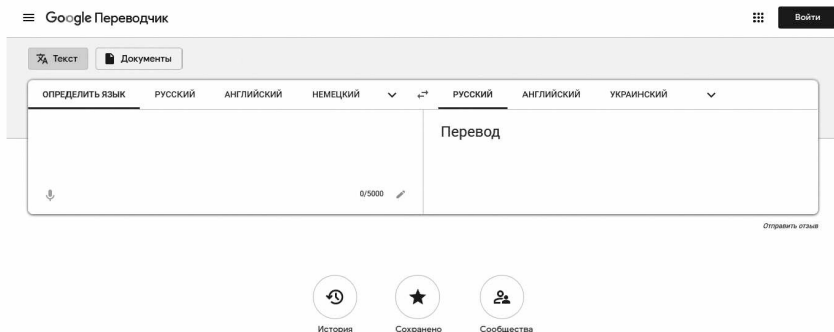


Рисунок 42. Сайт «Google Translate»

Пример 6 – категория «Облачные сервисы». Сервис «OneDrive» (рис. 43) – облачный диск, интегрированный во множество сервисов Microsoft. OneDrive автоматически синхронизирует все файлы между Word, PowerPoint и другими офисными программами на разных устройствах, что удобно для пользователей Microsoft Office. При регистрации на сайте бесплатно можно получить 5 ГБ, за дополнительную плату можно приобрести 1 ТБ за 339 рублей в месяц при оформлении персональной или семейной подписки на Office 365.

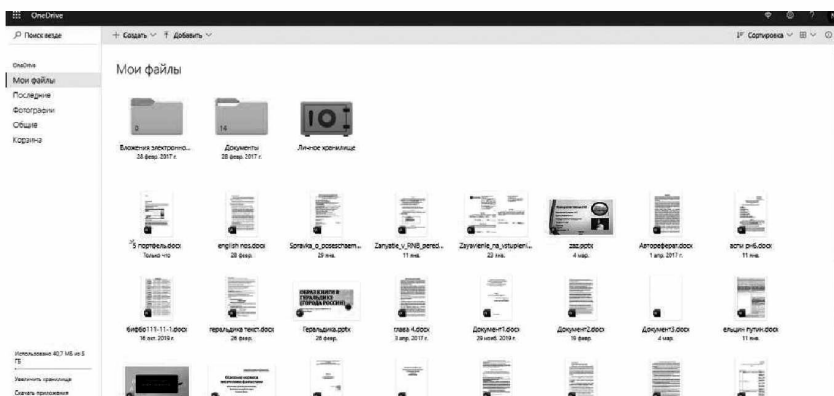


Рисунок 43. Сайт «OneDrive»

Сервис «Яндекс.Диск» (рис. 44) – облачный сервис отечественной разработки, хорошо интегрирован в экосистему «Яндекса». Пользователи получают безлимитное хранилище для фотографий и видео, снятых на смартфон с установленным приложением «Яндекс.Диск». Из минусов – бесплатная версия отображает рекламу. Пользователь сервиса бесплатно получает 10 ГБ при регистрации, за дополнительную плату можно приобрести 100 ГБ за 99 рублей в месяц или 990 рублей в год.

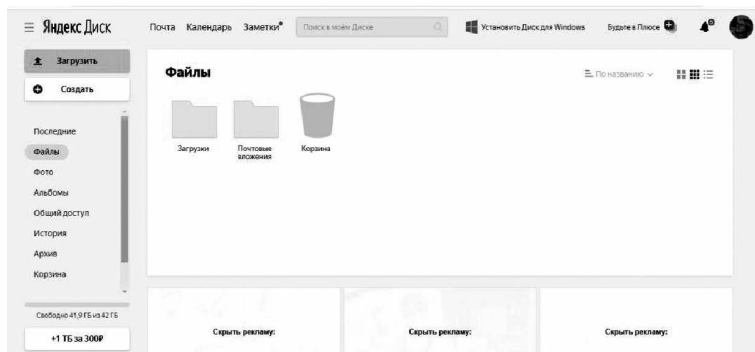


Рисунок 44. Сайт «Яндекс.Диск»

Сервис «Google Диск» («Google One») 15 ГБ бесплатно, 100 ГБ за 139 рублей в месяц или 1 390 рублей в год. Сервис удобен для владельцев устройств под управлением Android, поскольку приложение «Google Диск» изначально установлено на смартфонах и планшетах на базе этой ОС. Важный плюс – глубокая интеграция с множеством сервисов Google – от «Gmail» до «Google Фото». Кроме этого, данный сервис помогает удаленным сотрудникам работать вместе (рис. 45).

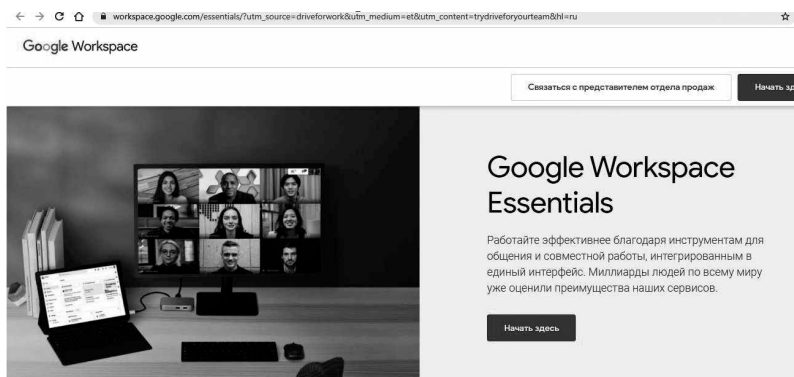


Рисунок 45. Сайт «Google Диск» раздел «Google Workspace»

Пример 7 – категория «Новостные приложения», сервис «Новости Mail.Ru» (рис. 46) – это лента мировых, региональных и федеральных событий, связанных с общественной жизнью, политикой, экономикой и спортом. Лента формируется для конкретного региона и по общим темам. К примеру, события в разделе Спорт сопровождаются фотографиями команд и игроков. В текстовом режиме транслируются матчи. Новостной сайт представлен приложениями для смартфонов.

Сервис «Яндекс. Новости» (рис. 47) ежедневно получает материалы от огромного числа источников и формирует ленту дня. При этом структурируется информация, выделяется самое важное и предоставляется читателям в понятном виде. Собственных материалов модераторы сайта не пишут. Таким образом, у ресурса нет своей точки зрения. Всю информацию он получает от партнеров. Удобно то, что новости объединены в группы по темам. За каждой фотографией и заголовком располагается сюжет. Кроме текстовой информации пользователь может найти видеоматериалы, карты и фото с мест событий. Сервис выбирают те, кто ценят свежесть, наполненность и информативность.

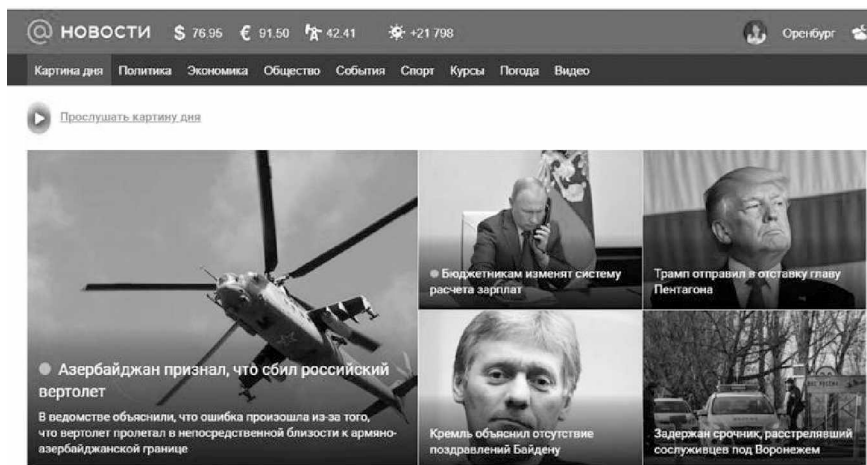


Рисунок 46. Сайт «Новости Mail.Ru»

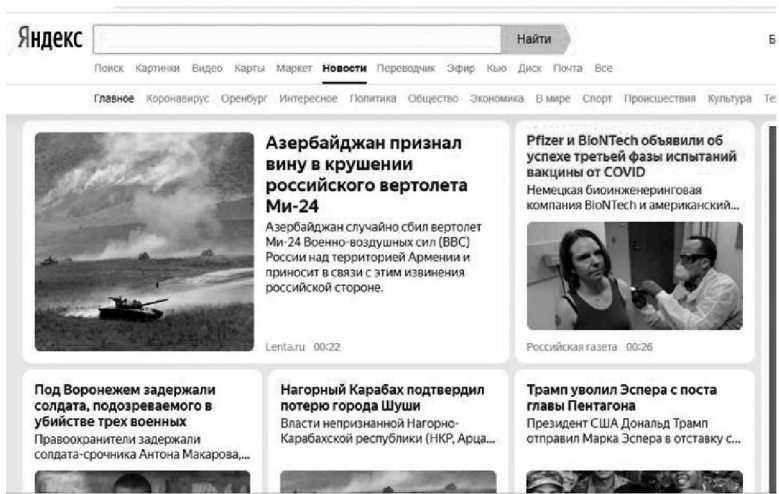


Рисунок 47. Сайт «Яндекс. Новости»

Сервис – «Лента. Ру» (рис. 48) – это одно из ведущих интернет-изданий в сфере последних новостей, работает с 1999 года и круглосуточно освещает события в мире и конкретно в России. В 2014 году ресурс вошел в ТОП-20 популярных сайтов нашей страны. Он признан наиболее часто цитируемым источником новостей в различных блогах. К достоинствам сайта относятся оперативное обновление информации, возможность обсуждать статьи. Многих пользователей расстраивает предвзятая подача событий, большое количество рекламы, которая мешает изучению текста.



Рисунок 48. Сайт «Лента. Ру»

Выберите необходимые в работе над проектом категории и сервисы. По работе подготовьте отчет (ПРИЛОЖЕНИЕ 1, 2), наряду с теоретическим обзором вставьте скриншоты главных страниц рассмотренных программ. Сохраните на сервере СПбГИК в именной папке.

### **Лабораторная работа № 3. Разработка командного бизнес-проекта с использованием онлайн сервиса yougile**

**Цель работы** – изучение технологии управления бизнес-проектом с использованием программных средств.

На сегодняшний день существует много программ управления проектами, начиная от Microsoft Project и заканчивая более простыми сервисами, описанных в четвертом теоретическом разделе.

Рассмотрим технологию управления проектом с использованием программы YouGile. Программа интересна тем, что вся проектная деятельность представлена на привычных agile-досках с подключением удобного чата для общения в команде. Это удачное объединение сервисов Trello и Telegram, каждая задача – чат, в котором команда общается и постоянно знакомится с актуальными задачами. В бесплатной версии при регистрации программа позволяет работать без ограничения по функциям с 15 пользователями.

Для пользователей доступны веб-версия, мобильное приложение и десктоп-версия. Вся информация о программе кратко показана на сайте <https://ru.yougile.com/product>.

Сервис имеет систему отчетности и онлайн-мониторинга, отчет можно отобразить в виде диаграммы Ганта – инструмента, который всегда упрощает работу с проектами, помогает увидеть общий ход задач по всей компании и управлять ими за счет наглядности. Данная функция позволяет размещать задачи с дедлайнами на временной шкале и работать с ними простым перетаскиванием, помогая: 1) определять дату начала задачи; 2) менять дедлайн (дату окончания); 3) планировать последовательность работ на временной шкале.

Кроме этого, программа позволяет настраивать права к целому проекту или к отдельной доске и даже задаче (всего 27 различных действий, которые можно запретить или разрешить на выбранном объекте). Например, можно разрешить члену команды видеть созданные пользователем задачи, разрешить переписку по ним, но запретить закрытие.

#### **Практическое задание**

Выбранный вид бизнеса представьте в программе YouGile в виде задач, каждую из которых в определенные сроки должен выполнить назначенный сотрудник команды (рис. 49–52).

Пример проекта: «Открытие магазина «ЖИВОЙ МИР».

Сроки реализации проекта: 1 сентября 2019 г. – 1 марта 2020 г.

Этапы выполнения проекта:

1. Решение юридических вопросов, поиск торгового помещения.

2. Ремонт помещения.
3. Закупка торгового оборудования.
4. Поиск поставщиков продукции, заключение договоров на поставку.
5. Наем персонала.
6. Разработка рекламной продукции и проведение рекламной кампании.
7. Закупка продукции.
8. Открытие магазина.

После определения основных этапов проекта, составьте перечень задач, входящих в каждый этап, примерную длительность (в днях) выполнения каждой задачи:

1. Решение юридических вопросов, поиск торгового помещения.
  - 1.1. Решение юридических вопросов, (налоговая, санэпидстанция и т. д., согласно перечню документов). Чтение рекламных объявлений, получение информации по телефону (14 дней).
  - 1.2. Заключение договора аренды (7 дней).
2. Ремонт помещения.
  - 2.1. Разработка концепции дизайна магазина (14 дней).
  - 2.2. Разработка дизайна фасада (7 дней).
  - 2.3. Разработка дизайна интерьера (7 дней).
  - 2.4. Заказ и изготовление вывески (14 дней).
  - 2.5. Закупка строительных материалов (7 дней).
  - 2.6. Наем строительной бригады (3 дня).
  - 2.7. Проведение отделочных работ на фасаде здания (7 дней).
  - 2.7.1. Монтаж вывески (2 дня).
  - 2.8. Проведение ремонтных работ внутри помещения.
  - 2.8.1. Монтаж подвесных потолков (2 дня).
  - 2.8.2. Отделка и декор стен (14 дней).
  - 2.8.3. Кладка напольной плитки (7 дней).
3. Закупка торгового оборудования.
  - 3.1. Поиск поставщика вольеров и витрин для животных (3 дня).
  - 3.2. Закупка вольеров и витрин для животных (3 дня).
  - 3.3. Установка вольеров и витрин для животных (3 дня).
  - 3.4. Поиск поставщика кормов для животных (3 дня).
  - 3.5. Закупка кормов для животных (3 дня).
  - 3.7. Поиск поставщика кассового оборудования (3 дня).
  - 3.8. Закупка кассового оборудования (3 дня).
  - 3.9. Установка кассового оборудования (3 дня).
  - 3.10. Поиск поставщика торговой мебели и инвентаря (столы, стеллажи, стенды, тележки) (7 дней).
  - 3.11. Закупка торговой мебели и инвентаря (3 дня).
  - 3.12. Установка торговой мебели и инвентаря (12 дней).
4. Поиск поставщиков продукции, заключение договоров на поставку.
  - 4.1. Поиск поставщиков животных (3 дня).
  - 4.2. Заключение договоров с поставщиками животных (3 дня).
  - 4.3. Поиск поставщиков животных (3 дня).

- 4.4. Заключение договоров с поставщиками животных (3 дня).
5. Наем персонала (7 дней).
6. Разработка рекламной продукции и проведение рекламной кампании (7 дней).
7. Закупка продукции (3 дня).
8. Открытие магазина (2 дня).



Рисунок 49. Проект «Ресторан Валенсия»

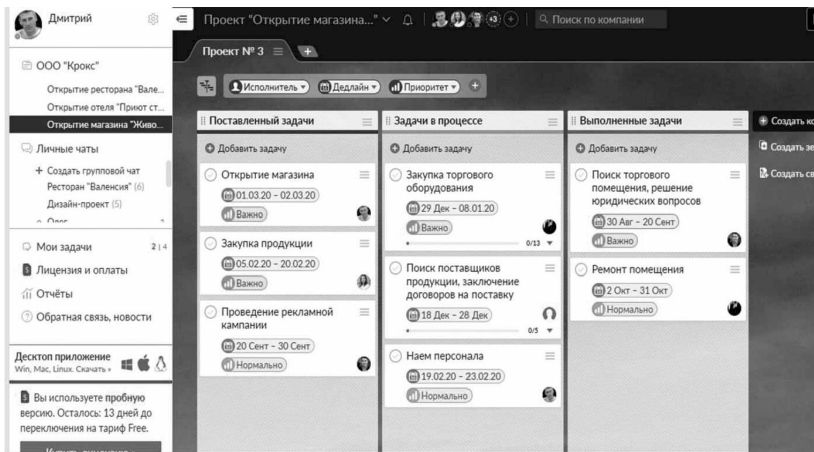


Рисунок 50. Проект открытие магазина «Живой мир»

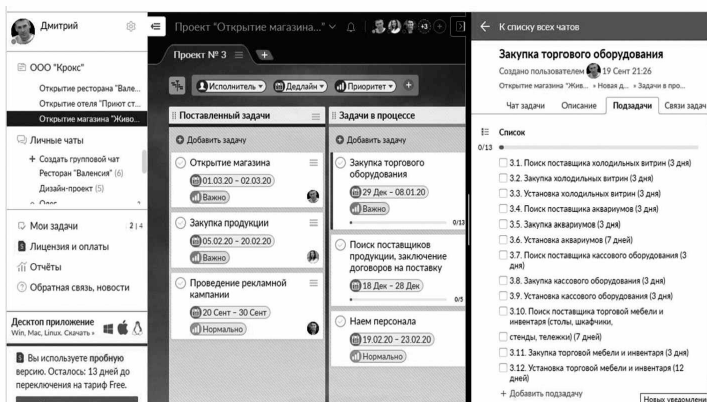


Рисунок 51. Список подзадач задачи «Закупка торгового оборудования»

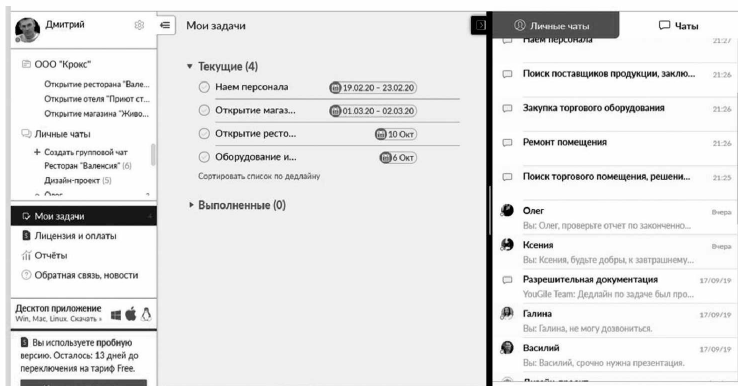


Рисунок 52. Вкладка «Мои задачи»

Сформируйте отчет по работе с описанием основных этапов организации и управления дизайн-проектом. Сделайте общий вывод по работе. Сохраните отчет на сервере СПбГИК в папке «Отчет по работе № 3».

## Лабораторная работа № 4. Обзор сайтов-аналогов и CMS-систем.

### Разработка оригинального контента для рекламного сайта

**Цель работы:** Создание рекламного сайта для разработанного дизайн-проекта.

#### Практическое задание

В соответствии с выбранным видом бизнеса (см. работы № 1, 3), рассмотрите и проанализируйте три-пять сайтов компаний конкурентов. Информацию о каждом выбранном сайте представьте в таблице 1.

Результаты анализа обобщите в отчете, охарактеризуйте выявленные положительные аспекты в дизайн-оформлении, контенте, функционале сайта компании-конкурента.

Выполните обзор нескольких бесплатных CMS-систем по различным критериям. Выберите CMS-систему и заполните ее оригинальным контентом, создайте рекламный сайт для выбранного вида бизнеса (рис. 53–56).

Оформите отчет. Сделайте общие выводы по работе.

**Таблица 1. Критерии сравнительного анализа сайтов-аналогов конкурентов**

| Общая информация                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Название компании                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Юридический адрес                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Телефон                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Электронный адрес                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Характеристика деятельности           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Логотип                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Информационное наполнение сайта       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Основные информационные рубрики сайта | <input type="checkbox"/> новостная лента,<br><input type="checkbox"/> история компании,<br><input type="checkbox"/> продукция/услуги,<br><input type="checkbox"/> сотрудники,<br><input type="checkbox"/> подразделения/филиалы,<br><input type="checkbox"/> контакты,<br><input type="checkbox"/> отзывы<br><input type="checkbox"/> ссылки на социальные сети и т. п. |
| Скриншот главной страницы сайта       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |



Рисунок 53. Главная страница сайта «Robofood»



Рисунок 54. Главная страница сайта «FoodFly»



Рисунок 55. Главная страница сайта «New Atlantis»



Рисунок 56. Главная страница сайта «OG COFFEE»

## Лабораторная работа № 5.

### Разработка рекламной продукции для поддержки проекта

**Цель работы:** Знакомство с методикой разработки информационно-рекламных публикаций в графической программе.

#### **Этапы выполнения работы:**

1. Ознакомьтесь с пользовательским интерфейсом выбранной программы.
2. Создайте в программе Microsoft Publisher, Canva.com (или любой другой) пять объектов, связанных с бизнес-проектом: буклет (обязательный элемент), календарь, доклад, визитку, грамоту, подарочный сертификат, закладки, наклейки и др. (рис. 57–61).
3. Разработайте оригинальный контент (содержание) рекламного характера для выбранного учреждения, компании, организации, предприятия.
4. В отчете опишите пошаговое выполнение работы, вставив скриншоты промежуточных этапов создания публикаций. Отчет и разработанные рекламные материалы сохраните на сервере СПбГИК в своей индивидуальной папке под именем Отчет по работе № 5.

#### **Основные приемы создания публикаций**

Publisher – настольная издательская система, разработанная корпорацией Microsoft. Данное приложение позволяет создавать множество публикаций от визиток и рекламных буклетов до сложных брошюр и каталогов. Программа обеспечивает разработку веб-узлов, бюллетеней, брошюр, ежегодников, каталогов, визитных карточек, открыток, объявлений, резюме.

Для быстрого создания публикации необходимо выбрать дизайн, добавить графику и содержимое, настроить цветовые и шрифтовые схемы. Программа включает в себя свыше 2 тысяч шаблонов, более 200 шрифтов, тысячи картинок, элементы оформления, звуковые эффекты. Гибкая модель программ-мастеров позволяет воспользоваться ими на любом этапе разработки публикаций.

При выборе типа создаваемой публикации в MS Publisher отображаются эскизы доступных шаблонов. Все шаблоны содержат и текстовую и графическую информацию.

Для изменения цветовой схемы уже выбранного макета в **Области задач** необходимо щелкнуть **Цветовые схемы** и выбрать объект.

Для изменения шрифтовых схем выбранного макета необходимо щелкнуть в Области задач **Шрифтовые схемы**. Для выбора нового шаблона необходимо выбрать пункт меню **Встроенные шаблоны**.

Все элементы публикации, включая блоки текста, не зависимы друг от друга. Любой элемент размещается в необходимом месте с возможностью управления размером, формой и внешним видом каждого элемента.



Рисунок 57. Пример публикации в Microsoft Publisher  
(лицевая сторона буклета)



Рисунок 58. Пример публикации в Microsoft Publisher  
(внутренняя сторона буклета)



Рисунок 59. Примеры публикации в Microsoft Publisher (листовки)



Рисунок 60. Примеры публикации в Microsoft Publisher (календарь)



Рисунок 61. Примеры публикации в Adobe Photoshop (афиша)

Данная работа позволяет освоить технологию создания графических объектов информационно-рекламного содержания.

### Лабораторная работа № 6.

#### Этапы разработки и управления дизайн-проектом

1. Формирование команды.
2. Знакомство с порталом «Бизнес-навигатор», расчет примерного бизнес-плана.
3. Выбор инструментальных средств для командной разработки проекта, «мозгового штурма»: карта сценариев (scenario map), карта историй (story map), карта эмпатии (empathy map), интеллектуальная карта (mind map) или др.
4. Управление командной работой и бизнес-проектом с использованием он-лайн программ управления проектом.
5. Сравнительный анализ сайтов конкурентов компаний/вида бизнеса.
6. Анализ и выбор CMS-систем. Копирайтинг (разработка оригинального контента для сайта). Создание рекламного сайта с использованием CMS-системы.
7. Выбор CRM-системы для готового проекта.
8. Разработка дизайнерской продукции для рекламы созданного проекта.
9. Выбор методов продвижения проекта. PR-компания продвижения проекта.
10. Разработка презентации и доклада.
11. Печать рекламного объекта (буклета) в одном экземпляре.
12. Публичная защита проекта.

## 6. Вопросы к зачету

1. Критерии выбора CRM систем для эффективной работы компании.
2. Концепция управления взаимоотношениями с клиентами.
3. Виды и функции CRM систем.
4. Организация работы поисковых систем.
5. Онлайн сервисы для организации работы в команде.
6. Реклама в сети Интернет.
7. Сервисы глобальной сети Интернет.
8. Классификация программных средств по их функционалу.
9. Направления использования программных сервисов в современных компаниях.
10. Модель командного поведения Дрекслера-Сиббета.
11. Онлайн-сервисы для организации и управления командной работы.
12. Основные этапы разработки презентации и подготовки доклада.
13. Основные понятия проекта.
14. Современные программные средства организации командной работы и управления проектами.
15. Функциональные возможности YOUNILE.
16. Диаграмма Ганта.
17. Типы связей между задачами в YOUNILE.
18. Оценка стоимостных показателей проекта YOUNILE.
19. Средства и методы продвижения командных проектов.
20. Инструментальные средства разработки сайта.
21. Разработка примерного бизнес-плана в портале МСП «Бизнес-навигатор».
22. Этапы выбора бизнеса в портале МСП «Бизнес-навигатор».
23. Этапы подбора недвижимости и финансовой поддержки для бизнеса на портале МСП «Бизнес-навигатор».
24. Критерии выбора программных средств для разработки проекта.
25. Основные этапы управления проектом.
26. Виды копирайтинга.
27. Реклама в сети Интернет.
28. Продвижение проектов в социальных сетях.
29. Использование принципов копирайтинга для наполнения рекламного сайта контентом.
30. Составляющие PR-компания продвижения проекта.
31. Основные критерии разработки слайдов презентации проекта.
32. Выбор методов продвижения проекта.
33. Создание групп и сообществ в социальных сетях.
34. Продвижение бизнес-проекта с использованием SMM и SMO.
35. Влияние хештегов на увеличение посещаемости в социальных сетях.
36. Правила форматирования текста в текстовом процессоре.
37. LSI-копирайтинг.
38. Системы управления контентом (CMS-системы).
39. Анализ и выбор CMS-системы для разработки рекламного сайта.
40. Онлайн сервисы для управления дизайн-проектированием.
41. Характеристика понятия «Стартап (Startup)».
42. Критерии сравнительного анализ сайтов конкурентов компании/вида бизнеса.

## 7. Тестовые вопросы контроля успеваемости

### 1 блок

#### 1. База данных – это:

1. произвольный набор информации
2. специальным образом организованная и хранящаяся на внешнем носителе совокупность взаимосвязанных данных о некотором объекте
3. совокупность программ для хранения и обработки больших массивов информации
4. интерфейс, поддерживающий наполнение и манипулирование данными
5. компьютерная программа, позволяющая в некоторой предметной области делать выводы, сопоставимые с выводами человека-эксперта

Ответ: 2

#### 2. Примером иерархической базы данных является:

1. каталог файлов, хранимых на диске
2. расписание поездов
3. электронная таблица
4. экспертная система
5. страница классного журнала

Ответ: 1

#### 3. Назначение электронной почты e-mail (два варианта ответа):

1. обеспечивает возможность посылать и принимать сообщения через компьютер
2. самое массовое средство электронных коммуникаций, обеспечивающее текстовый обмен информацией между различными компьютерными системами
3. средство просмотра страниц WWW

Ответ: 1,2

#### 4. Провайдер – это:

1. поставщик услуг сети Интернет
2. устройство для подключения к сети Интернет
3. договор на подключение к сети Интернет

Ответ: 1

#### 5. Какая информация относится к сектору потребительской, массовой информации?

1. библиографическая информация
2. статистическая информация
3. исследовательская информация
4. развлекательная информация
5. деловые новости

Ответ: 4

## **6. Биржевая информация – это...**

1. информация о компаниях, фирмах, корпорациях, направлениях их работы, финансовом состоянии, ценах на продукцию и услуги, связях, сделках, руководителях

2. информация о котировках ценных бумаг, валютных курсах, учетных ставках, рынках товаров и капиталов, предоставляемая биржами, специальными службами биржевой и финансовой информации, брокерскими компаниями

3. числовая, экономическая, демографическая, социальная информация, предоставляемая государственными службами, а также компаниями, занятыми исследованиями, разработками и консалтингом

Ответ: 2

## **7. Статистическая информация – это...**

1. информация о котировках ценных бумаг, валютных курсах, учетных ставках, рынках товаров и капиталов, предоставляемая биржами, специальными службами биржевой и финансовой информации, брокерскими компаниями

2. числовая, экономическая, демографическая, социальная информация, предоставляемая государственными службами, а также компаниями, занятыми исследованиями, разработками и консалтингом

3. информация о компаниях, фирмах, корпорациях, направлениях их работы, финансовом состоянии, ценах на продукцию и услуги, связях, сделках, руководителях

Ответ: 2

## **8. Информационное общество – это:**

1. общество, при котором развиты феодальные отношения
2. общество, в котором большинство работающих заняты интеллектуальным трудом и главной ценностью является интеллект и знания
3. общество, при котором развиты социалистические отношения
4. общество, в котором преобладает индустриальное производство
5. общество, где главной ценностью является капитал

Ответ: 2

## **9. Какой вид аутсорсинга используется предприятием для аналитической обработки больших массивов данных для поддержки принятия решений?**

1. IT-аутсорсинг
2. производственный аутсорсинг
3. аутсорсинг бизнес-процессов
4. аутсорсинг управления знаниями

Ответ: 4

**10. Облачное хранилище данных – это:**

1. модель онлайн – хранилища, в которой данные хранятся на многочисленных распределённых в сети серверах, предоставляемых в пользование клиентам, в основном, третьей стороной
2. собственные специально приобретаемые серверы
3. арендуемые выделенные серверы
4. несколько далеко расположенных серверов

Ответ: 1

**11. С понятием облачных вычислений НЕ связывают технологию:**

1. SaaS (Software as a Service) – программное обеспечение как услуга
2. TaaS (Technology as a Service) – технология как услуга
3. PaaS (Platform as a Service) – платформа как услуга
4. IaaS (Infrastructure as a Service) – инфраструктура как услуга

Ответ: 2

**12. Главное преимущество SaaS:**

1. пользователь не покупает SaaS-приложение, а арендует
2. быстрота внедрения
3. заказчик SaaS привязывается к разработчику
4. понятный интерфейс

Ответ: 1

**13. Что включает в себя сектор массовой, потребительской информации (два варианта ответа)?**

1. новости и справочную информацию
2. статистическую информацию
3. научно-исследовательскую информацию
4. потребительскую и развлекательную информацию

Ответ: 1,4

**14. К опасным тенденциям развития информационного общества не относится:**

1. усиление влияния на общество средств массовой информации
2. существование проблемы отбора качественной и достоверной информации
3. повышение качества медицинских услуг
4. возможность разрушения частной жизни
5. усиление «информационного неравенства»

Ответ: 3

### **15. Что называется Интернетом?**

1. глобальное информационное пространство
2. всемирная система объединённых компьютерных сетей, построенная на базе IP и маршрутизации IP-пакетов
3. компьютерная программа для просмотра веб-страниц
4. часть всемирной паутины

Ответ: 2.

### **16. Что такое презентация PowerPoint?**

1. демонстрационный набор слайдов, подготовленных на компьютере
2. прикладная программа для обработки электронных таблиц
3. устройство компьютера, управляющее демонстрацией слайдов
4. текстовый документ, содержащий набор рисунков, фотографий, диаграмм

Ответ: 1

### **17. Цель презентации инновационных проектов – это:**

1. донести до целевой аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме
2. предельно кратко изложение сути проекта
3. установление обстановки взаимного доверия
4. все варианты верны

Ответ: 4

### **18. С чего необходимо начинать работу над презентацией:**

1. с общих выводов
2. со сбора информации
3. с постановки цели
4. изучения целевой аудитории

Ответ: 3

### **19. Термин «интерфейс пользователя» определяет:**

1. специальное сетевое устройство
2. способ взаимодействия компьютеров друг с другом
3. специальную программу для управления сетью
4. способ организации взаимодействия пользователя с операционной системой

Ответы: 4

**20. В какой из перечисленных программ можно создать анимационный слайд:**

1. Paint
2. MS Word
3. MS Access
4. Corel Draw
5. Power Point

Ответ: 5

**21. Телеконференция – это:**

1. информационная система в гиперсвязях
2. процесс создания, приема и передачи ВЕБ- страниц
3. служба приема и передачи файлов любого формата
4. система обмена информацией между абонентами компьютерной сети
5. обмен письмами в глобальных сетях

Ответ: 4

**22. В каких компаниях применение стратегии CRM целесообразно?**

1. банковское дело
2. компания является монополистом
3. киоск

Ответ: 1

**23. Какие преимущества дает Веб-сайт как канал взаимодействия с клиентом? (Выберите правильные ответы)**

1. дешевизна по сравнению с другими каналами
2. быстрый поиск специализированной информации
3. нахождение ответов на все интересующие вопросы

Ответ: 1,2

**24. Сколько CRM-систем может использоваться в одной компании?**

1. по количеству типов взаимодействия с клиентом
2. только одна
3. не больше двух

Ответ: 1

**25. Географическая информационная система предназначена для:**

1. хранения неформализованных документов
2. обработки данных по сложным алгоритмам
3. сбора, хранения, обработки, доступа, отображения и распространения пространственно-координированных данных
4. выполнения функций управления на предприятии

Ответ: 3

## **2 блок**

### **1. В теории управления проектами проект это**

1. время, выделенное на создание продукта или услуги
2. предприятие (мероприятие), ограниченное во времени, направленное на создание уникального продукта или уникальной услуги
3. ограниченное во времени предприятие (мероприятие), направленное на создание любого продукта или услуги
4. произвольная деятельность, направленная на создание продукта или услуги

Ответ: 2

### **2. Задача – это**

1. деятельность, осуществляемая в рамках проекта, для достижения определенного результата
2. время на выполнение определенной работы в рамках проекта
3. ресурсы и затраты, выделенные для достижения определенного результата
4. связь ресурсов и затрат, существующая в рамках проекта

Ответ: 1

### **3. При создании нового проекта в программе управления проектами необходимо указать**

1. дату начала проекта и дату окончания проекта
2. только дату начала проекта, независимо от способа планирования
3. дату начала проекта, дату окончания проекта, зависит от способа планирования
4. только дату окончания проекта, независимо от способа планирования

Ответ: 3

### **4. В программе управления проектами для проекта задается календарь**

1. по умолчанию – 24 часа (24 часа), но можно выбрать другой календарь
2. для проекта календарь не задается
3. по умолчанию – Standard (Стандартный), но можно выбрать другой календарь

Ответ: 3

### **5. В чем заключается отличие понятия проекта от понятия обычной операционной деятельности**

1. операционная деятельность – это разовое мероприятие, а проект – повторяется
2. проект имеет уникальную цель и временные рамки, а операционная деятельность выполняется постоянно
3. отличий нет, это синонимы
4. отличие зависит от масштаба проекта

Ответ: 2

## **6. Ресурсы – это**

1. исполнители, оборудование и материалы, необходимые для выполнения задачи

2. только материалы и оборудование, необходимые для выполнения задачи

3. только исполнители, необходимые для выполнения задачи

4. оборудование и материалы, которые остались после выполнения задачи

Ответ: 1

## **7. Суммарная задача (два варианта ответа)**

1. это завершающая задача фазы

2. может включать в себя другие задачи

3. может состоять из других суммарных задач

4. ее результат суммирует все задачи проекта

5. только одна в любом проекте

Ответ: 2, 3

## **8. Веха (три варианта ответа)**

1. задача, достижение результата которой особенно важно для проекта.

2. веха используется для обозначения окончания основных этапов проекта

3. должна состоять из нескольких фаз

4. завершающая задача фазы может быть вехой

Ответ: 1, 2, 4

## **9. В программе управления проектами при вводе задач в план проекта дата начала новой задачи**

1. по умолчанию – дата начала проекта (при способе проектирования от начала)

2. по умолчанию – дата окончания предыдущей задачи

3. зависит от количества уже введенных задач

Ответ: 1

## **10. На диаграмме Гантта связь обозначается стрелкой. При этом задача, на которую указывает стрелка, является**

1. последующей

2. предшествующей

3. влияющей

4. имеющей большую длительность

Ответ: 1

## **11. Тип связи «окончание – начало»**

1. означает, что последующая задача не может начаться, пока не закончена предшествующая задача

2. означает, что предшествующая задача не может начаться, пока не закончена последующая задача

3. обе задачи должны начаться и закончиться одновременно
4. отсутствует в Программе управления проектами

Ответ: 1

**12. Ограничения в программе управления проектами (два варианта ответа)**

1. увеличивают гибкость планирования
2. возникают при введении даты в поле начала или окончания задачи
3. могут быть гибкими и негибкими (или жесткими)
4. возникают при введении значения длительности задачи

Ответ: 2, 3

**13. В программе управления проектами знак вопроса в поле Длительность (два варианта ответа)**

1. означает некорректный формат введенных данных
2. означает, что введенное значение является оценочным, приблизительным
3. исчезает после первого редактирования

Ответ: 2, 3

**14. В программе управления проектами значение длительности для задач в плане проекта**

1. вычисляется автоматически – достаточно ввести даты начала и окончания задачи
2. измеряется в единицах времени (минута, час, день, неделя, месяц)
3. зависит от значения длительности, которое введено для суммарной задачи

Ответ: 2

**15. В программе управления проектами существует тип отношения зависимости (три варианта ответа):**

1. окончание – окончание
2. начало – середина
3. начало – начало
4. начало – окончание
5. главный – зависимый

Ответ: 1, 3, 4

**16. Тип связи «начало – начало»**

1. означает, что последующая задача может начаться, пока не началась предшествующая задача
2. означает, что последующая задача не может начаться, пока не началась предшествующая задача
3. обе задачи должны начаться и закончиться одновременно
4. отсутствует в Программе управления проектами

Ответ: 2

### **17. Ограничение Как Можно Раньше обозначает**

1. наиболее позднюю дату, когда задача может начаться
2. задача должна начаться как можно раньше, с учетом других параметров плана
3. задача должна закончиться как можно раньше, с учетом других параметров плана
4. точную дату, когда должно начаться выполнение задачи
5. такого ограничения не существует

Ответ: 2

### **18. В программе управления проектами суммарная задача**

1. задача, указанная в списке задач последней, она суммирует результаты всех предыдущих задач
2. задача с самым большим значением в поле Длительность
3. только одна в проекте, она указывается первой в списке задач
4. задача, которая включает в себя несколько других задач

Ответ: 4

### **19. Тип связи «окончание – окончание»**

1. означает, что последующая задача не может начаться, пока не закончена предшествующая задача
2. означает, что последующая задача не может закончиться, пока не закончена предшествующая задача
3. обе задачи должны начаться и закончиться одновременно
4. отсутствует в программе управления проектами

Ответ: 2

### **20. Повторяющиеся задачи (два варианта ответа)**

1. задачи, которые повторяются с заданной периодичностью
2. имеют специальный значок в поле «Индикаторы»
3. повторяются не менее 5 раз в плане проекта
4. отсутствует в Программе управления проектами

Ответ: 1, 2

**21. Официальный документ, который является подтверждением исключительного права его обладателя на какой-либо промышленный образец, полезную модель или изобретение**

1. Сертификат
2. Патент
3. Лицензия
4. Свидетельство

Ответ: 2

**22. Патентный документ содержит техническую информацию и:**

1. Описательную
2. Библиографическую
3. Классификационную
4. Адресную

Ответ: 1

**23. Как правило, патентуют (два варианта ответа)**

1. Новацию
2. Инновацию
3. Новшество
4. Нововведение

Ответ: 2, 4

**24. Фундаментальными функциями автоматизированных информационных систем являются:**

1. обработка и накопление информации
2. хранение и поиск информации
3. создание и апробация новых программ
4. использование все видов имеющихся баз данных

Ответ: 2

**25. Программа – это:**

1. Система правил, описывающая последовательность действий, которые необходимо выполнять для решения задачи
2. Указание на выполнение действий из заданного набора
3. Область внешней памяти для хранения текстовых, числовых данных и другой информации
4. Последовательность команд, реализующая алгоритм решения задачи

Ответ: 4

## **8. Список рекомендованной литературы**

### **8.1. Основная литература**

1. Фунтов В. Н. Основы управления проектами в компании : учеб. пособие / В. Н. Фунтов. – Питер, 2018. – 464 с.
2. Мунари Б. Искусство как ремесло / Б. Мунари. – Издатель Д. Аронов, 2014. – 228 с.
3. Дульзон А. А. Управление проектами : учеб. пособие / А. А. Дульзон; Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – 3-е изд., перераб. и доп. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2010. – 334 с. : ил.
4. Чусавитина Г. Н. Управление проектами по разработке и внедрению информационных систем : учеб. пособие / Г. Н. Чусавитина, В. Н. Макашова. – ФЛИНТА, 2014. – 225 с.
5. Кейнер С. Руководство фасилитатора: как привести группу к принятию совместного решения / С. Кейнер, Л. Линд, К. Толди, Д. Бергер, с. Фиск // Издательство Дмитрия Лазарева, 2017. – 354 с.
6. Сиббет Д. Визуализируй это! Как использовать графику, стикеры и интеллект-карты для командной работы / Дэвид Сиббет, Пер. с англ. – Москва : АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2013. – 460 с.
7. Сырых Ю. Современный веб-дизайн. Рисуем сайт, который продает. / Ю. Сырых. – ФЛИНТА, 2008. – 500 с.
8. Троцкий М. Управление проектами // М. Троцкий, Б. Груча, К. Огонек. – Финансы и статистика, 2011. – 304 с.
9. Шульгин В. П. Создание эффектных презентаций с использованием PowerPoint 2013 и других программ : учеб. пособие / В. П. Шульгин, М. В. Финков, Р. Г. Прокди. – Наука и Техника, 2015. – 256 с.

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Провалов В. С. Информационные технологии управления : учеб. пособие. / В. С. Провалов. – ФЛИНТА, 2012. – 376 с.
2. Синаторов С. В. Информационные технологии : учеб. пособие / С. В. Синаторов. – ФЛИНТА, 2016. – 448 с.

## Приложение 1. Структура отчета

1. Титульный лист.
2. Общий заголовок для всего отчета.
3. Теоретический материал (актуальность темы лабораторной работы, основные определения и понятия).
4. Алгоритм выполнения работы со вставкой рисунков (скриншотов рассмотренных или выполненных объектов).
5. Основные выводы по работе.

### Основные требования к оформлению отчетов

1. Текст отчета имеет следующие размеры полей: левое – **30 мм**, правое – **15 мм**, верхнее – **20 мм**, нижнее – **20 мм**.
2. Отчет набирается шрифтом **Times New Roman**, междустрочный интервал – **полуторный**, размер шрифта – **14 пт**. Цвет шрифта – **черный**, начертание – **обычный**. Исключить начертания – **полужирный**, *курсив*, подчеркнутый.
3. Заголовки разделов устанавливаются по центру – размер **14 пт**, начертание – **обычное**, регистр символов – **прописной (заглавные буквы)**. После заголовка оставляется одна пустая строка. Точка в конце заголовка не ставится.
4. Абзацный отступ равен **1,25 см**. Для задания параметров необходимо установить линейку **Вид/Линейка**. Нижние бегунки на линейке остаются на границе темной и светлой полос (рис. 1), а верхний бегунок перемещается вправо на расстояние – **1,25 см**.

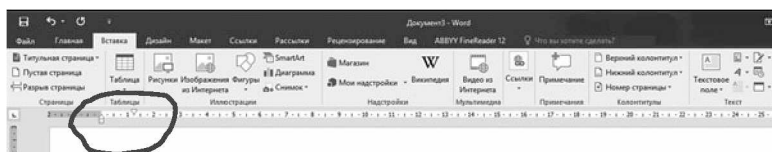


Рисунок 1. Установка отступа «красной строки»

5. Страницы отчета нумеруются арабскими цифрами – **внизу, по центру**, шрифт – **Times New Roman**, начертание – **обычный**, **12 пт**. Первой страницей считается титульный лист. На нем цифра «1» – не ставится (**Конструктор/Особый колонтитул для первой страницы**). Следующая страница – цифра «2».
6. Интервалы между абзацами устанавливают с помощью диалогового окна **Главная/Абзац/Интервал** (**перед – 0, после – 0, междустрочный интервал – 1,5**) (рис.2). Предварительно выделяется весь текст, кроме титульного листа.

7. Рисунки (скриншоты) выполненных работ устанавливаются по центру в тексте (**Формат рисунка/Макет/В тексте**). Подписываются рисунки с прописной буквы внизу **по центру**, например, **Рисунок 1 – Главная страница сайта** с обязательным упоминанием номера рисунка выше в тексте отчета, например, (**рис. 1**).

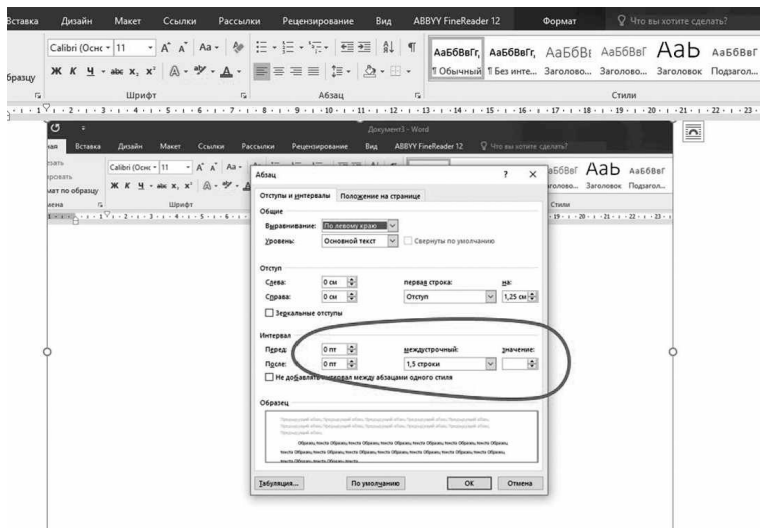


Рисунок 2. Установка интервалов между всеми абзацами документа

8. Нумерованный (1,2,3...) и маркированный списки начинаются с абзацного отступа – **1,25 см**. Маркер лучше использовать классический «□».

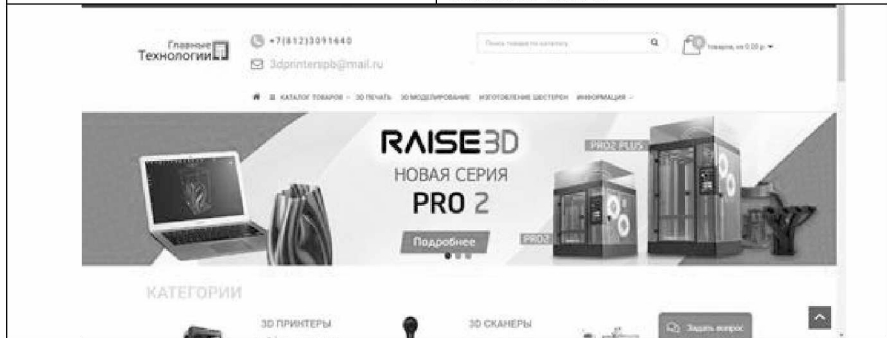
9. Текст отчета выравнивается **по ширине**. Не допускается выравнивание по левому или правому краю. Переносы в словах не ставятся.

10. Название таблицы устанавливается сверху таблицы – выравнивание **по ширине** с отступом – **1,25 см** (табл. 1).

**Таблица 2. Анализ сайта организации 3Dprinterspb**

| Общая информация     |                                                        |
|----------------------|--------------------------------------------------------|
| Название организации | 3Dprinterspb (рис.2)                                   |
| Адрес, телефон       | г. Санкт-Петербург, ул. Фарфоровская 6, +7(812)3091640 |
| Электронный адрес    | 3dprinterspb@mail.ru                                   |

|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Характеристика деятельности                          | Возможность купить 3D принтер, 3D сканер или 3D ручку, приобрести расходные материалы для 3D принтеров и 3D печати, 3D печать из готовых STL файлов и 3D моделирование детали при необходимости.                                                                          |
| Логотип                                              | Присутствует                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Информационное наполнение сайта и удобство навигации | Оригинальный контент с описаниями различных 3D принтеров, представленных на сайте, объяснением преимущества покупки принтера в данной компании, а также некоторые статьи, касающиеся данной сферы.<br>Навигация по сайту удобна, но достаточно проста.                    |
| Информационные сервисы сайта                         | <input type="checkbox"/> Каталог;<br><input type="checkbox"/> Информация о предоставляемых услугах;<br><input type="checkbox"/> Доступные способы оплаты;<br><input type="checkbox"/> Контакты;<br><input type="checkbox"/> Достаточно большое количество статей в блоге. |



## **Приложение 2. Отчет по учебной дисциплине**

Санкт-Петербургский государственный институт культуры  
Факультет мировой культуры  
Кафедра информационных технологий и компьютерного дизайна

**Отчет**  
по учебной дисциплине:  
«Информационные технологии в управлении дизайн-проектированием»  
Лабораторная работа № 1

Выполнил:  
студент группы ФИТ/БО122-2/1  
Крылов К. В.  
Проверил:  
доцент Катасонова Г. Р.

Санкт-Петербург  
2020

*Учебное издание*

Г. Р. Катасонова

## **Информационные технологии в управлении дизайн-проектированием**

Учебно-методическое пособие

Верстка Е. А. Соловьевой  
Дизайн обложки Е. А. Соловьевой  
Выпускающий редактор А. С. Шитова

Подписано в печать 20.11.2020. Формат 60×90<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Усл. печ. л. 4,25. Уч.-изд. л. 4,25 Тир. 500 (1-й завод 1–50). Зак.  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский гос. ин-т культуры»  
191186, Санкт-Петербург, Дворцовая наб., 2. Тел. 8(812)318 97 16  
Отпечатано с готового оригинал-макета  
в типографии ООО «Первый издательско-полиграфический холдинг»  
(ООО Первый ИПХ)  
194044, Санкт-Петербург, Б. Сампсониевский пр., д. 60, лит. У