

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Центр корпоративного развития

УТВЕРЖДЕНО
Директор Центра
корпоративного развития

« ____ » _____ 201__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

«Маркетинг проекта»

Наименование программы Управление проектами

Программу разработали: Иванова Ольга Николаевна

Содержание

1. Цели и задачи дисциплины
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине
3. Объем и виды учебной работы
4. Содержание дисциплины
5. Методические указания по освоению дисциплины
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по Дисциплине
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1.Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Маркетинг проекта» является формирование у слушателей профессионального представления о деятельности хозяйствующих субъектов в области маркетинга в сфере управления проектами, а также формирование у них практических навыков разработки и маркетинга проектов.

В соответствии с поставленными целями преподавание дисциплины реализует следующие задачи:

- выяснение специфики проектов, их социально-экономического содержания, классификации и жизненного цикла;
- получение знаний о системе организации проектов, основах разработки маркетинговой стратегии проектов;
- освоение методологии планирования проекта и оценки его эффективности.

2.Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины «Маркетинг проекта» в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

ОПК-2: способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений

ОПК-2:	Знать	Уметь	Владеть
способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений	-современную концепцию управления проектами; - основные этапы реализации проектов; -основные нормативные акты, регламентирующие проектную деятельность; -современный инструментарий в области управления проектами;	-ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами; —разделять деятельность на отдельные взаимозависимые задачи;	-специальной терминологией проектной деятельности; – организационным инструментарием управления проектами; -навыками координации выполнения проекта.

профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими видам профессиональной деятельности:

Вид деятельности: организационно-управленческая.

ПК-10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

ПК-10	Знать	Уметь	Владеть
владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	- основные математические методы, используемые при управлении проектами	- применять на практике аналитические и расчетные методы в процедуре принятия управленческих решений по управлению проектами; - разрабатывать и создавать организационные структуры управления проектами	- навыками практического использования экономико-математических методов в управлении проектами; навыками проектирования моделей организационных структур управления проектами; - методами анализа эффективности действующих организационных структур управления проектами.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- стратегические и тактические решения в области управления маркетинговой политикой современных предприятий;
- категорийно-понятийный аппарат современной концепции маркетинга проектов;
- методологию сравнительного конкурентного анализа.

Уметь:

- оценить условия и последствия принимаемых маркетинговых решений;
- оценить конкурентные позиции предприятия на рынке с учетом маркетингового инструментария;
- создавать и развивать торговые марки и бренды организаций различных типов;
- оценивать эффективность продвижения на отдельных этапах проектной деятельности.

Владеть:

- современными методами и приемами маркетинговых исследований;
- навыками разработки плана маркетинга и инструментальных стратегий;
- навыками реализации маркетинга проектов.

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Объем и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего час.
Аудиторные занятия в том числе:	20
Лекции	6
Практические (ПЗ)	14
Общая трудоемкость: Часы	20
Виды промежуточной аттестации:	Экзамен

4.Содержание дисциплины

4.1. Темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины «Маркетинг проекта» представлен в таблице 2.

Таблица 2

Темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Формируемые компетенции	Лек	ПЗ	СР	Конт роль	Всего
1.	Современная концепция маркетинга в управлении проектами	ОПК-2, ПК-10	2	5			7
2.	Организация осуществления проекта	ОПК-2, ПК-10	4	9			13
Итого		ОПК-2, ПК-10	6	14			20

4.2.Содержание разделов и тем

Тема 1. Современная концепция маркетинга в управлении проектами

Стратегия маркетинга проекта. PR-проектирование. Социальная направленность проекта как основа его продвижения. Основные принципы продвижения проекта. Интегрированные маркетинговые коммуникации в проектной деятельности.

Тема 2. Организация осуществления проекта

Оценка эффективности продвижения на отдельных этапах проектной деятельности. Постпроектный коммуникативный эффект и его подготовка.

5. Методические указания по освоению дисциплины

5.1. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Методические указания для преподавателя

Изучение дисциплины проводится в форме лекций, практических занятий, организации самостоятельной работы слушателей, консультаций. Главное назначение лекции - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у слушателей ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Основной целью практических занятий является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Они проводятся в форме опроса, диспута, тестирования, обсуждения докладов и пр.

Самостоятельная работа с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, дополняется работой с тестирующими системами, с информационными базами данных сети Интернет.

Методы проведения аудиторных занятий:

- лекции, реализуемые через изложение учебного материала под запись с сопровождением наглядных пособий в виде слайдов;

- практические занятия, во время которых слушатели выступают с докладами по заранее предложенным темам и дискуссионно обсуждают их между собой и преподавателем; решаются практические задачи (в которых разбираются и анализируются конкретные ситуации) с выработкой умения формулировать выводы, выявлять тенденции и причины изменения социальных явлений; проводятся устные и письменные опросы (в виде тестовых заданий) и контрольные работы (по вопросам лекций и практических занятий), проводятся деловые игры.

Лекции есть разновидность учебного занятия, направленная на рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Основными целями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, ее методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, дача методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать слушателей к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме.

Практические занятия направлены на развитие самостоятельности слушателей в исследовании изучаемых вопросов и приобретение профессиональных умений и навыков. Практические занятия традиционно проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном участии слушателей, они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы слушателей, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях слушатели учатся работать с научной литературой, четко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований.

При проведении практических занятий преподаватель должен ориентировать слушателей при подготовке использовать в первую очередь специальную научную литературу (монографии, статьи из научных журналов).

Результаты работы на практических занятиях должны учитываться преподавателем при выставлении итоговой оценки по данной дисциплине. На усмотрение преподавателя слушатели, активно отвечающие на занятиях, и выполняющие рекомендации преподавателя при подготовке к ним, могут получить повышающий балл к своей экзаменационной оценке.

Методические указания для слушателей

Для успешного освоения дисциплины слушатели должны посещать лекционные занятия, готовиться и активно участвовать в практических занятиях. Изучение дисциплины целесообразно начать со знакомства с программой курса, чтобы четко представить себе объем и основные проблемы курса. Прочитав соответствующий раздел программы, и установив круг тем, подлежащих изучению, можно переходить к работе с конспектами лекций и учебником. Конспект лекций должен содержать краткое изложение основных вопросов курса. В лекциях преподаватель, как правило, выделяет выводы, содержащиеся в новейших исследованиях, разногласия ученых, обосновывает наиболее убедительную точку зрения. Необходимо записывать методические советы преподавателя, названия рекомендуемых им изданий. Не нужно стремиться к дословной записи лекций. Для того чтобы выделить главное в лекции и правильно ее законспектировать, полезно заранее просмотреть уже пройденный лекционный материал, для более полного и эффективного восприятия новой информации в контексте уже имеющихся знаний, приготовить вопросы лектору. Прочитав свой конспект лекций, следует обратиться к материалу учебника.

Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний.

Работа с литературой

При изучении дисциплины слушатели должны серьезно подойти к исследованию учебной и дополнительной литературы. Данное требование особенно важно для подготовки к практическим занятиям.

Особое внимание слушателям следует обратить на соответствующие статьи из научных журналов. Данные периодические издания представлены в читальном зале СГЭУ. Для поиска научной литературы по дисциплине слушателям также следует использовать каталог Электронной научной библиотеки: e-library.ru.

5.2. Методические рекомендации по практическим/или лабораторным занятиям

Для решения практических и учебных задач в рамках дисциплины «Маркетинг проекта» используются следующие формы проведения практических занятий:

1. Анализ практических ситуаций (мини-кейсов) по отдельным разделам курса:

Описание ситуации.

Представьте, что Вы хотите наладить производство бутилированной воды, но не обладаете необходимыми для этого денежными средствами и находитесь в поиске инвестора. Вы знаете, насколько привлекателен Ваш проект, но для его запуска Вам нужно доказать это постороннему скептически настроенному человеку.

Составьте краткую презентацию проекта для инвестора, содержащую не более 4 слайдов и характеризующую выпускаемый продукт и его преимущества перед аналогами, планируемую программу маркетинга, план производства и финансовый план, включающий оценку эффективности инвестиционного проекта.

Обучающиеся делятся на группы, каждая из которых предлагает свои варианты по тем или иным аспектам задания. Допускается дополнение элементов предлагаемого задания на усмотрение обучающихся. Начало работы происходит в аудитории с обсуждением элементов задания и процесса его выполнения с группой. Допускается выполнение данного задания самостоятельно.

Результаты выполнения задания могут быть различны исходя из суждений обучающихся и заданных ими в процессе выполнения условий.

Обсуждение полученных результатов происходит на практическом занятии под руководством преподавателя.

5.3. Методические рекомендации по написанию курсовых работ/ курсовых проектов/ контрольных работ

Написание курсовых работ (проектов) и контрольных работ по данной дисциплине не предусмотрено учебным планом.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинг проекта»

Перечень контролируемых мероприятий для проведения промежуточного контроля по дисциплине «Маркетинг проекта» представлен в таблице 3.

Таблица 3

Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг проекта»

Номер семестра	Промежуточная аттестация						
	Курсовая работа	Курсовой проект	Контрольная работа (для заочной формы обучения)	Промежуточное тестирование	Зачет	Зачет с оценкой	Экзамен
1							+

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Изучение дисциплины «Маркетинг проекта» в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

общефессиональными компетенциями (ОПК):

ОПК-2: способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых

решений

ОПК-2:	Знать	Уметь	Владеть
способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений	-современную концепцию управления проектами; - основные этапы реализации проектов; -основные нормативные акты, регламентирующие проектную деятельность; -современный инструментарий в области управления проектами;	-ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами; -разделять деятельность на отдельные взаимозависимые задачи;	-специальной терминологией проектной деятельности; - организационным инструментарием управления проектами; -навыками координации выполнения проекта.

профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими видам профессиональной деятельности:

Вид деятельности: организационно-управленческая.

ПК-10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

ПК-10	Знать	Уметь	Владеть
владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	- основные математические методы, используемые при управлении проектами	- применять на практике аналитические и расчетные методы в процедуре принятия управленческих решений по управлению проектами; - разрабатывать и создавать организационные структуры управления проектами	- навыками практического использования экономико-математических методов в управлении проектами; навыками проектирования моделей организационных структур управления проектами; - методами анализа эффективности действующих организационных структур управления проектами.

Компетенции (код, наименование)	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
ОПК-2: способность находить организационно- управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений		Знать: -современную концепцию управления проектами; - основные этапы реализации проектов; -основные нормативные акты, регламентирующие проектную деятельность; -современный инструментарий в области управления проектами; Уметь: -ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций по управлению проектами;
		Уметь: –разделять деятельность на отдельные взаимозависимые задачи; Владеть: -специальной терминологией проектной деятельности; –организационным инструментарием управления проектами; -навыками координации выполнения проекта.

Компетенции (код, наименование)	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
ПК-10- владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к	1. Пороговый	Знать: - основные математические методы, используемые при управлении проектами Уметь: - применять на практике аналитические и расчетные методы в процедуре принятия управленческих решений по управлению проектами;
	2. Повышенный	Уметь: - разрабатывать и создавать организационные структуры управления

<p>конкретным задачам управления</p>		<p>проектами Владеть: - навыками практического использования экономико-математических методов в управлении проектами; навыками проектирования моделей организационных структур управления проектами; - методами анализа эффективности действующих организационных структур управления проектами.</p>
--------------------------------------	--	---

Шкала и критерии оценки (экзамен)

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно
<p>1. Полно раскрыто содержание вопросов билета; 2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология; 3. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 4. Продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; 5. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов.</p>	<p>Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки: 1. В изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; 2. Допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора; 3. Допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора.</p>	<p>1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала. 2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков.</p>

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

6.3.1 Материалы для промежуточного тестирования

Тестирование по данной дисциплине не предусмотрено.

6.3.2 Тематика курсовых работ/курсовых проектов/контрольных работ

Написание курсовых работ (проектов) и контрольных работ по данной дисциплине не предусмотрено учебным планом

6.3.3 Примерные вопросы к экзамену

1. Перечислите составляющие современной концепции маркетинга в управлении проектами.
2. Что понимается под «маркетингом проекта»?
3. Что входит в понятие «маркетинговые исследования»?
4. Каковы основные характеристики задач, стоящих перед маркетинговыми исследованиями?
5. Назовите основные этапы проведения маркетинговых исследований.
6. Что составляет суть разработки маркетинговой стратегии проекта?
7. Перечислите и раскройте содержание основных фаз формирования концепции маркетинга проекта.
8. Перечислите и раскройте содержание основных составляющих программы маркетинга проекта.
9. Назовите и охарактеризуйте основные статьи доходов и расходов в бюджете маркетинга проекта.
10. Что понимается под «управлением маркетингом» в рамках инвестиционного проектирования?
11. Назовите достоинства и недостатки различных типов организационных структур для реализации проектов различного масштаба.
12. Назовите основные группы проектных рисков.
13. Расскажите о маркетинговых исследованиях в рамках управления проектами.
14. Постройте алгоритм расчета бюджета маркетинга проекта.
15. Постройте поэтапный план определения стоимости проекта.
16. Охарактеризуйте современную концепцию маркетинга в управлении проектами.

Код контролируемых компетенций: ОПК-2, ПК-10.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Методические материалы по проведению экзамена

Цель—оценка качества усвоения учебного материала и сформированности компетенций в результате изучения дисциплины.

Процедура - проводится в форме собеседования с преподавателем во время экзамена. Слушатель получает экзаменационный билет и время на подготовку. Время 15-20 минут.

Содержание – представляет перечень примерных вопросов к экзамену.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Рекомендуемая литература:

Основная литература:

1. Бронникова, : теория, методика, практика [Текст] : учеб. пособие / . - М. : Кнорус, 2016, [1] с. - Библиогр.: с. 201-202. - ISBN -607-4. - ISBN -9
2. Дайан, А. Академия рынка: маркетинг. Пер. с фр / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар, и др.. - М.: Экономика, 2018. - 572 с.
3. Джей, Р. Малозатратный маркетинг / Р. Джей. - М.: СПб: Питер, 2017. - 240 с.
4. Райс Т.Э. 22 непреложных закона маркетинга / Райс, Траут Эл; , Джек. - М.: АСТ, 2017. - 160 с.

Дополнительная литература:

1. Котлер 10 смертных грехов маркетинга. Важнейшие заповеди успеха на современном рынке / Котлер, Филип. - М.: СПб: Нева, 2016. - 160 с.
2. Уткин, Э.А. Банковский маркетинг / Э.А. Уткин. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 304 с.
3. Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг. Стратегический подход / Дж. Шонесси. - М.: Питер, 2018. - 864 с.
4. Эванс, Дж.Р. Маркетинг / Дж.Р. Эванс, Б. Берман. - М.: Экономика, 2017. - 352 с.

7.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Центр социально-психологических и маркетинговых исследований. https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1037739629201_7715262198_CENTR-SOCIALYNO-PSIHOLOGICHESKIH-I-MARKETINGOVYH-ISSLEDOVANIY
2. Развитие бизнеса. РУ. <http://www.devbusiness.ru/startup/salesmarketing.htm>
3. Информационно-аналитический портал. Периодические издания по маркетинговой литературе. <https://www.marketing.spb.ru/mass/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

- аудитория, оборудованная учебной мебелью, видеопроекторным оборудованием для презентаций и экраном;
- возможность пользования библиотекой и читальным залом, оснащенным компьютерной техникой для доступа к электронному каталогу библиотеки СГЭУ;
- компьютерные классы для всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки слушателей с доступом к базам данных Интернет.

Разработчик:

Иванова О.Н.

