МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет»

Факультет экономики и управления

УТВЕРЖДЕНО
Факультет экономики и управления

Декан Волков С.К.
г.

Разработка маркетинговых проектов

рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Закреплена за кафедрой **Менеджмент и финансы производственных систем**

Учебный план Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль **Маркетинг и рыночная аналитика**

Квалификация **бакалавр**

Срок обучения **4 года**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах: экзамены 7
курсовые работы 7

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**7(4.1)**		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64.35	64.35	64.35	64.35
Сам. работа	80	80	80	80
Часы на контроль	35.65	35.65	35.65	35.65
Практическая подготовка	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	180	180	0	0

ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ, СОГЛАСОВАНИЯ И АКТУАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:

профессор Пескова Ольга Сергеевна дэн

Рецензент(ы):
(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)
Разработка маркетинговых проектов

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:
Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль: Маркетинг и рыночная аналитика

утвержденного учёным советом вуза от 26.05.2021 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Менеджмент и финансы производственных систем

номер протокола 2021 г.
Зав. кафедрой Сазонов Сергей Петрович

СОГЛАСОВАНО:
Факультет экономики и управления
Председатель НМС факультета: Евстратов А.В.

Протокол заседания НМС от
г. №

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована 31.08.2023

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ). ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.
Приобретение знаний и умений, позволяющих осуществлять управление проектами на всех стадиях реализации, принимать эффективные решения по их ресурсному и организационному обеспечению, интегрировать инновационный и инвестиционный процессы, осуществлять комплексное планирование портфеля проектов
компании с целью достижения устойчивого развития.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Маркетинговые исследования
2.1.2	Основы проектной деятельности
2.1.3	Проектный анализ
2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Производственная практика: Преддипломная практика
2.2.2	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1: Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение.
Результаты обучения: Знает как формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение.
УК-2.2: Осуществляет поиск правовых и нормативных документов, регламентирующих решение поставленных задач, реализацию проекта.
Результаты обучения: Умеет осуществлять поиск правовых и нормативных документов, регламентирующих решение поставленных задач, реализацию проекта.
УК-2.3: Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
Результаты обучения: Владеет методами принятия решений поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
ПК-1: Способен участвовать в сборе, анализе информации, проводить бизнес-анализ для формирования управленческих решений
ПК-1.1: Выполняет функциональные обязанности бизнес-аналитика в сфере маркетинга при реализации маркетингового проекта
Результаты обучения: Знает основные функциональные обязанности бизнес-аналитика в сфере маркетинга при реализации маркетингового проекта
ПК-1.2: Осуществляет планирование мероприятий в рамках маркетингоаого проекта, определяет взаимосвязи между индикаторами работы участников маркетинговой информационной системы
Результаты обучения: Умеет планировать мероприятия в рамках маркетингового проекта, определяет взаимосвязи между индикаторами работы участников маркетинговой информационной системы
ПК-1.3: Способен применять необходимые информационные технологии при разработке и оценке эффективности управленческих решений
Результаты обучения: Владеет навыками применять необходимые информационные технологии при разработке и оценке эффективности управленческих решений
ПК-2: Способен осуществлять моделирование маркетинговых проектов, проводить системный анализ ситуации, определять объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов
ПК-2.1: Использует основные маркетинговые инструменты и информационные технологии для анализа рынков и управления маркетинговыми проектами
Результаты обучения: Знает основные маркетинговые инструменты и информационные технологии для анализа рынков и управления маркетинговыми проектами
ПК-2.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, проводит системный анализ ситуации, моделирует объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов
Результаты обучения: Умеет принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, проводит системный анализ ситуации, моделирует объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов

ПК-2.3: Осуществляет мониторинг обратной связи и контроль результатов маркетингоаых проектов, анализирует требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, оформляет результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными критериями и подходами
Результаты обучения: Владеет навыками мониторинга обратной связи и контролем результатов маркетинговых проектов
ПК-3: Способен оценивать, прогнозировать риски и организовывать процессы управления ими в организации
ПК-3.1: Умеет грамотно выбирать и применять инструменты и методы выявления и анализа рисков.
Результаты обучения: Знает методы и инструменты выявления рисков и их анализа
ПК-3.2: Оценивает методы управления рисками с учетом их результативности и экономической эффективности
Результаты обучения: Умеет применять методы управления рисками с учетом их результативности и экономической эффективности
ПК-3.3: Понимает важность совершенствования системы управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений
Результаты обучения: Владеет навыками управления рисками в бизнес-процессе

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Форма контроля
1	**Раздел 1. Тема 1. Современная концепция маркетинга в управлении проектами**			
1.1	Современная концепция маркетинга в управлении проектами Современная концепция маркетинга в управлении проектами. Основы управления проектами. Понятие «проект» и его содержание. Проектный цикл. Этапы и стадии проектирования. Виды проектов. Понятие «управление проектами». Жизненный цикл проекта и его фазы. Участники маркетинговой проектной группы. Применение маркетинговых методов при управлении проектами. Вертикальная (содержательная) структура маркетинга. Горизонтальная (временная) структура маркетинга. /Тема/	7	0	
1.1.1	Современная концепция маркетинга в управлении проектами /Лек/	7	4	
1.1.2	Современная концепция маркетинга в управлении проектами /Пр/	7	4	
2	**Раздел 2. Тема 2. Организация осуществления проекта**			
2.1	Организация осуществления проекта Организационные структуры управления проектами. Основные участники инновационного проекта. Состав и порядок формирования инновационных проектов. Участники проекта. Команда проекта. Формулировка проекта (иногда используется термин “идентификация”). Разработка (подготовка) проекта. Экспертиза проекта. Осуществление проекта. Оценка результатов. Схема организации работ по проекту. /Тема/	7	0	
2.1.1	Организация осуществления проекта /Лек/	7	4	
2.1.2	Организация осуществления проекта /Пр/	7	4	
3	**Раздел 3. Тема 3. Маркетинговые исследования в рамках управления проектами**			
3.1	Маркетинговые исследования в рамках управления проектами Понятие маркетинговых исследований в рамках управления проектом. Основы разработки маркетинговой стратегии проекта. Организация исследований. Внутренние исследования. Внешние исследования. Выявление возможных потребителей целевого продукта проекта. Анализ возможности и экономическая целесообразность замены производимой продукции новыми видами целевой продукции. Изучение структуры отраслей, обеспечивающих реализацию проекта сырьем, энергоресурсами, комплектующими изделиями, коммуникациями и т. д. Исследование экономических и социальных последствий реализации проекта. /Тема/	7	0	
3.1.1	Маркетинговые исследования в рамках управления проектами /Лек/	7	4	
3.1.2	Маркетинговые исследования в рамках управления проектами /Пр/	7	4	
4	**Раздел 4. Тема 4. Планирование проекта**			

4.1	Планирование проекта Сущность планирования. Классификация маркетингового планирования проекта. Основная цель планирования и постановка цели нового проектного цикла. Структура разбиения работ. Составление календарного плана-графика проекта. Определение сроков и длительности работ, их последовательности и взаимосвязи. Расчет необходимых ресурсов. Учет основной стоимости работ и ресурсов. Создание ресурсной модели проекта. Матрица ответственности. Контроль и аудит за проектом. /Тема/	7	0	
4.1.1	Планирование проекта /Лек/	7	4	
4.1.2	Планирование проекта /Пр/	7	4	
5	**Раздел 5. Тема 5. Сетевое планирование**			
5.1	Сетевое планирование Понятие сетевого планирования. Задачи сетевого планирования. Направления применения сетевого планирования. Методы сетевого планирования. Структурное планирование. Сетевой график проекта. Календарный график проекта. Правила построения сетевого графика. Анализ сетевой модели. Определение критического пути. Определение полного резерва времени ненапряженного пути. Формирование временных оценок работ. Метод расчета временных параметров работ. Сетевые модели и их оптимизация. /Тема/	7	0	
5.1.1	Сетевое планирование /Лек/	7	4	
5.1.2	Сетевое планирование /Пр/	7	4	
6	**Раздел 6. Тема 6. Формирование концепции маркетинга проекта**			
6.1	Формирование концепции маркетинга проекта Программа маркетинга проекта. Цели и задачи, отражающие основное назначение проекта. Комплекс проектных мероприятий по решению проблемы и реализации поставленных целей. Организация выполнения проектных мероприятий, т. е. увязка их по ресурсам и исполнителям для достижения целей проекта в ограниченный период времени и в рамках заданной стоимости и качества. Основные показатели проекта, в том числе показатели, характеризующие его эффективность. Управление рисками проекта. /Тема/	7	0	
6.1.1	Формирование концепции маркетинга проекта /Лек/	7	4	
6.1.2	Формирование концепции маркетинга проекта /Пр/	7	4	
7	**Раздел 7. Тема 7. Бюджет маркетинга проекта**			
7.1	Бюджет маркетинга проекта Определение стоимости проекта. Доходная часть бюджета. Расходная часть бюджета. Проектирование поступлений от продаж. Расчет застрат на организацию функционирования системы сбыта. Расчет затрат на рекламу и продвижение товаров. Расчет себестоимости производства продукции. /Тема/	7	0	
7.1.1	Бюджет маркетинга проекта /Лек/	7	4	
7.1.2	Бюджет маркетинга проекта /Пр/	7	4	
8	**Раздел 8. Тема 8. Реализация маркетинга проекта**			
8.1	Реализация маркетинга проекта Управление сбытом. Нововведения в систему сбыта. Управление продвижением. Управление торговой маркой. Управление рекламой. Управление ценой. Управление ценовыми показателями. Управление себестоимостью. Управление продукцией. Модернизация продукции. Диверсификация продуктового набора. /Тема/	7	0	
8.1.1	Реализация маркетинга проекта /Лек/	7	4	
8.1.2	Реализация маркетинга проекта /Пр/	7	4	
9	**Раздел 9. Самостоятельная работа**			
9.1	Проблемы управления организационными проектами /Тема/	7	0	
9.1.1	/Ср/	7	16	

9.2	Модели саморазвития в управлении маркетинговыми проектами /Тема/	7	0	
9.2.1	/Ср/	7	16	
9.3	Игры с переменным составом и управление организационными проектами /Тема/	7	0	
9.3.1	/Ср/	7	16	
9.4	Управление рисками в маркетинговых проектах /Тема/	7	0	
9.4.1	/Ср/	7	16	
9.5	Расчет бизнес плана в Microsoft Exel /Тема/	7	0	
9.5.1	/Ср/	7	16	
10	**Раздел 10. Промежуточная аттестация**			
10.1	Разработка маркетинговых проектов /Тема/	7	0	
10.1.1	/КоРа/	7	0.35	
10.1.2	/КР/	7	35.65	

Примечание. Формы контроля: Эк – экзамен, К- контрольная работа, Ко- контрольный опрос, Сз- семестровое задание, З-зачет, ОП-отчет по практике.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства планируемых результатов обучения представлены в виде фондов оценочных средств (ФОС), разработанных в соответствии с локальным нормативным актом университета. ФОС может быть представлен в Приложении к рабочей программе.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

6.1. Рекомендуемая литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год.	Электронный адрес
Л.1	Пескова О. С., Борискина Т. Б., Матющенко С. И.	Оценка эффективности маркетинговых проектов: учеб.-метод. пособие	Волгоград: ВолгГТУ, 2016	
Л.2	Баулина О. А., Клюшин В. В.	Управление проектами: учебно-метод. пособие	Волгоград: Изд-во ВолгГАСУ, 2016	
Л.3	Троцкий М., Груча Б., Огонек К.	Управление проектами: учебное пособие	Москва: Финансы и статистика, 2011	https://e.lanbook.com/book/5370

6.3 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	СДО «Moodle» — система дистанционного обучения
6.3.1.2	Операционная система Windows
6.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC — бесплатное решение для просмотра файлов PDF
6.3.1.4	LibreOffice — офисный пакет

6.4 Перечень информационных справочных систем и электронных библиотечных систем (ЭБС)

6.3.2.1	Библиотека (НТБ), http://library.vstu.ru/sci-nci
6.3.2.2	Электронная информационно-образовательная среда университета,http://eos.vstu.ru
6.3.2.3	ЭБС "Лань", https://e.lanbook.com/
6.3.2.4	ЭБС "Book.ru", https://www.book.ru/
6.3.2.5	Электронная библиотека "Grebennikon", https://grebennikon.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) /ОБОРУДОВАНИЕ

7.1	Мультимедийная учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. /Учебная доска, учебная мебель, интерактивная трибуна, видеопроектор.
7.2	Лаборатория информационных технологий. /Учебная мебель, компьютерная техника, оснащенная программным обеспечением, доступом в Интернет и в электронную информационно-образовательную среду университета

7.3	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся./Учебная мебель, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (читальный зал информационно-библиотечного центра)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

1.1. Указания по подготовке к занятиям лекционного типа
Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.
1.2. Указания по подготовке к занятиям семинарского типа
Практические занятия имеют следующую структуру:
- тема практического занятия;
- цели проведения практического занятия по соответствующим темам;
- задания состоят из контрольных вопросов, выполнения практических действий, задач, примеров.
- рекомендуемая литература.
1.3. Методические указания по выполнению самостоятельной работы
Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.
1.4. Методические указания по работе с литературой
К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.
Основная литература - это учебники и учебные пособия.
Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет ресурсы.
В учебнике/ учебном пособии/ монографии следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро.
Студенту следует использовать следующие виды записей при работе с литературой:
Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов.
Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.
Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.
Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.
Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги и другие виды.