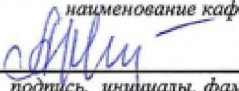


Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО  
Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

Кафедра менеджмента  
*наименование кафедры*  
  
А.Н. Чаплина  
*подпись, инициалы, фамилия*  
" 19 " декабря 2017 г.  
Торгово-экономический институт  
*институт, реализующий ОП ВО*

Кафедра торгового дела и маркетинга  
*наименование кафедры*  
  
Ю.Ю. Сулова  
*подпись, инициалы, фамилия*  
" 19 " декабря 2017 г.  
Торгово-экономический институт  
*институт, реализующий дисциплину*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Маркетинг в проектах**

Дисциплина **Б1.В.ДВ.3.1 Маркетинг в проектах**

*индекс и наименование дисциплины (на русском и иностранном языке при реализации на иностранном языке) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом*

Направление подготовки/  
специальность 38.04.02 Менеджмент  
*код и наименование направления подготовки/специальности*

Направленность (профиль) 38.04.02.17 "Управление проектом (в том числе по  
отраслям)"  
*код и наименование направленности (профиля)*

форма обучения очная

год набора 2017

Красноярск 2017 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 Экономика и управление

*код и наименование укрупненной группы*

Направления подготовки /специальность

(профиль/специализация)

38.04.02 Менеджмент

38.04.02.17 "Управление проектом (в том числе по отраслям)"

*код и наименование направления подготовки (профиля)*

Программу составили

Е. В. Щербенко

*инициалы, фамилия, подпись*

*инициалы, фамилия, подпись*

Заведующий кафедрой (разработчик)

Ю.Ю. Сулова

*инициалы, фамилия, подпись*

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающая)

Кафедра менеджмента

" 19 " декабря 2017 г.

протокол № 12

Заведующий кафедрой (выпускающей)

А.Н. Чаплина

*инициалы, фамилия, подпись*

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

изучение теоретических основ, системы современных знаний о принципах и методах планирования, организации и контроля выполнения маркетинговых проектов в организации, а также формирование навыков использования современного инструментария маркетингового сопровождения проектов

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

- создание профессионального представления о целостном процессе деловой активности субъектов хозяйствования в области маркетинга в сфере управления проектами;

- формирование практических навыков разработки и маркетинга проектов;

- 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;

- формирование навыков по расчету бюджета проекта и его реализации.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

<b>ПК-4: способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</b>	
Уровень 1	количественные и качественные методы проведения маркетинговых исследований в проектном управлении
Уровень 1	реализовывать на практике количественные и качественные методы проведения маркетинговых исследований в проектном управлении
Уровень 1	знаниями и навыками применения количественных и качественных методов проведения маркетинговых исследований в проектном управлении
<b>ПК-5: владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</b>	
Уровень 1	методы и методики анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в рамках проектного управления
Уровень 1	реализовывать методы и методики анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в рамках проектного управления
Уровень 1	знаниями и практическими навыками применения методов и методик

	анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в рамках проектного управления
<b>СПК-7: способностью применять умения и навыки проведения маркетинговых исследований с использованием инструментария стратегического менеджмента и методов финансирования и бюджетирования проектов</b>	
Уровень 1	технологии проведения маркетинговых исследований с использованием инструментария стратегического менеджмента и методов финансирования и бюджетирования проектов
Уровень 1	применять маркетинговые исследования с использованием инструментария стратегического менеджмента и методов финансирования и бюджетирования проектов
Уровень 1	способностью применять умения и навыки проведения маркетинговых исследований с использованием инструментария стратегического менеджмента и методов финансирования и бюджетирования проектов

#### 1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Концепция преподавания данного курса предполагает, что студенты обладают базовыми знаниями и навыками, полученными в ходе обучения на бакалавриате и в магистратуре по следующим дисциплинам:

- Основы управления проектом
- Менеджмент конкурентоспособности
- Теория и практика разработки и принятия управленческих решений
- Управление проектами

Дисциплины и практики, для которых освоение данного курса необходимо как предшествующее:

- Иновационный менеджмент
- Организационный инструментарий проектного управления
- Организация и оценка проекта
- Оценка эффективности проектного управления
- Стратегический маркетинг
- Управление разработкой и реализацией проекта
- Стратегическое управление

#### 1.5 Особенности реализации дисциплины:

Язык реализации дисциплины Русский

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр
		1
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>3 (108)</b>	<b>3 (108)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>0,78 (28)</b>	<b>0,78 (28)</b>
занятия лекционного типа	0,28 (10)	0,28 (10)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,28 (10)	0,28 (10)
практикумы		
лабораторные работы	0,22 (8)	0,22 (8)
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,22 (44)</b>	<b>1,22 (44)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>	<b>1 (36)</b>

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	История и концепция управления проектами	2	2	2	10	ПК-4 ПК-5
2	Разработка маркетингового проекта	2	2	2	10	СПК-7
3	Подсистемы управления маркетинговыми проектами	4	4	2	20	ПК-4 ПК-5
4	Оценка эффективности маркетинговых	2	2	2	4	ПК-4 ПК-5 СПК-7
Всего		10	10	8	44	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Концепции маркетинга в адаптации к проектам и стартапам	2	1	0
2	2	Обоснование маркетинга -микс для проектов и стартапов	2	1	0

3	3	Информационно-аналитическое обеспечение проектной деятельности	2	1	0
4	3	Маркетинговый анализ предприятий в обосновании проектов и стартапов	2	1	0
5	4	Исследования конкуренции в обосновании проектов и стартапов	2	0	0
Всего			10	4	0

### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Концепции маркетинга в адаптации к проектам и стартапам	2	2	0
2	2	Обоснование маркетинга-микс для проектов и стартапов	2	2	0
3	3	Информационно-аналитическое обеспечение проектной деятельности	2	2	0
4	3	Маркетинговый анализ предприятий в обосновании проектов и стартапов	2	2	0
5	4	Исследования конкуренции в обосновании проектов и стартапов	2	2	0
Всего			10	10	0

### 3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

1	1	Концепции маркетинга в адаптации к проектам и стартапам	2	2	0
2	2	Обоснование маркетинга-микс для проектов и стартапов	2	2	0
3	3	Информационно-аналитическое обеспечение проектной деятельности	2	2	0
4	3	Маркетинговый анализ предприятий в обосновании проектов и стартапов	0	0	0
5	4	Исследования конкуренции в обосновании проектов и стартапов	2	2	0
Всего			8	8	0

#### **4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Куимов В. В., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Панкова Л. В.	Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири: монография	Красноярск: СФУ, 2015
Л1.2	Фирсенко С. С., Юшкова Л. В.	Конкурентная среда регионального продовольственного рынка: монография	Красноярск: КГТЭИ, 2011

#### **5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**



## 5.1 Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль и промежуточная аттестация по дисциплине предполагает оценку уровня сформированности компетенций магистранта по курсу. В качестве оценочных средств используются:

А. Тесты:

- тестовые задания открытой и закрытой формы;
- тестовые задания на установление правильной последовательности, выяснения влияния различных факторов на результаты выполнения задания;
- тестовые задания на установление последовательности (алгоритм выполнения действия);
- тестовые задания на нахождение ошибок в последовательности (определить правильный вариант последовательности действий).

Б. Упражнения и конкретные ситуации:

- задания на указание возможного влияния факторов на последствия реализации умения и т. д.(упражнения);
- задания на принятие решения в нестандартной ситуации (проблемной ситуации);
- задания на оценку эффективности выполнения действия (упражнения и конкретные ситуации).

Вопросы для контроля знаний приведены в Фонде оценочных средств.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

А. С нарушением слуха: тесты, рефераты, контрольные вопросы (преимущественно письменная проверка);

Б. С нарушением зрения: контрольные вопросы (преимущественно устная проверка индивидуально);

В. С нарушением опорно-двигательного аппарата: решение тестов, контрольные вопросы дистанционно (организация контроля с помощью электронной оболочки MOODLE, письменная проверка).

## 5.2 Контрольные вопросы и задания

Рабочая программа дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения входного и текущего контроля, а также промежуточной аттестации. Фонд включает типовые задания в тестовой форме, контрольные вопросы к упражнениям и ситуациям, тематику и задания по лабораторным работам, а также контрольные вопросы к зачету. Фонд оценочных средств представлен в учебно-методическом обеспечении дисциплины.

Перечень контрольных вопросов 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. Кто является типичными участниками проекта.
13. Перечислите основных членов команды проекта и их функции.
15. Назовите основные этапы построения структуры разбиения работ проекта.
16. Что является элементами матрицы ответственности проекта?
17. Охарактеризуйте наиболее часто применяемые на практике методы сетевого планирования.
18. Назовите основные процессы управления стоимостью проекта.
19. Что составляет основную часть стоимости проекта?
20. Назовите основные группы проектных рисков.
21. Перечислите шесть процедур, реализуемых при управлении рисками?
22. Опишите методы по минимизации проектных рисков.
23. Раскройте сущность жизненного цикла проекта и его фаз.
24. Расскажите о маркетинговых исследованиях в рамках управления проектами.
25. Постройте алгоритм расчета бюджета маркетинга проекта.
26. Постройте поэтапный план определения стоимости проекта.
27. Охарактеризуйте современную концепцию маркетинга в управлении проектами.

### 5.3 Темы письменных работ

Темы научных статей:

1. Маркетинг как важная составляющая в системе принятия эффективных проектных решений
2. Инновационный маркетинг как способ повышения конкурентоспособности проекта
3. Маркетинговые технологии в продвижении проектов в сети Интернет
4. Современные подходы к сегментированию рынка проектов и стартапов в условиях экономической нестабильности
5. Применение инструментов интернет маркетинга в проектном управлении
6. Маркетинговые стратегии и тактики продвижения инновационной продукции предприятия
7. Маркетинговые коммуникации для реализации концепции управления проектами
8. Маркетинговая стратегия как инструмент проектного управления инновационным предприятием
9. Анализ современных подходов к формированию стратегий продвижения проектов и стартапов
10. Создание многомерной модели личного бренда, как средство продвижения инновационного продукта

### 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Бутова Т. Г., Казаков А. А., Жираткова А. Н.	Управление маркетингом: учебник	Москва: Проспект, 2016
Л1.2	Артемьева О.А., Балова С.Л., Захаренко И.К., Карпова С.В., Касаев Б.С.	Маркетинговая политика организаций: теория, методология и практика: коллективная монография	Москва: Вузовский учебник, 2015
Л1.3	Скляр Е.Н., Авдеенко Г.И., Алексунин В.А.	Маркетинговые исследования: Допущено Учебно-методическим объединением по образованию в области маркетинга в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Маркетинг"	Москва: Дашков и К, 2016

Л1.4	Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В.	Маркетинг: учебник	Москва: ИНФРА-М, 2017
Л1.5	Годин А. М.	Маркетинг: учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело"	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Лебре Э.	Стартапы: Чему мы еще можем поучиться у Кремниевой долины	М.: Корпоративные издания, 2010
Л2.2	Калужский М. Л.	Практический маркетинг: учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2015
Л2.3	Лебре Э.	Стартапы: Чему мы еще можем поучиться у Кремниевой долины	М.: Корпоративные издания, 2010
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Куимов В. В., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Панкова Л. В.	Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири: монография	Красноярск: СФУ, 2015
Л3.2	Фирсенко С. С., Юшкова Л. В.	Конкурентная среда регионального продовольственного рынка: монография	Красноярск: КГТЭИ, 2011

## **7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Э1	Научная библиотека СФУ	<a href="http://bik.sfu-kras.ru/">http://bik.sfu-kras.ru/</a>
Э2	Электронная библиотечная система Znanium.com	<a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

В процессе освоения материала по дисциплине «Маркетинг в проектах» для проведения текущего контроля успеваемости, согласно учебно-методическому плану изучения дисциплины, предполагается использование устных и письменных опросов на практических занятиях по вопросам для обсуждения и самоконтроля, также предполагается подготовка студентами практических отчетных работ (в форме устных сообщений, презентаций), решение ситуационных индивидуальных и групповых заданий.

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

9.1.1	Кабинеты для самостоятельной работы по дисциплине оснащены следующим программным обеспечением:
9.1.2	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицензиат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
9.1.3	Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицензиат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
9.1.4	ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицензиат EAV-0189835462 от 10.04.2017;
9.1.5	Kaspersky Endpoint Security Лицензиат 2462-170522-081649-547-546 от 22.05.2017

### **9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем**

9.2.1	СФУ. БД "Книги"
9.2.2	СФУ. БД "Естественные и гуманитарные науки"
9.2.3	СФУ. БД "Учебно-методический комплекс дисциплин"
9.2.4	БД "Электронная библиотека для школ на базе СФУ"
9.2.5	Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края
9.2.6	

## **10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

10.1	Комплекс для слайд-сопровождения дисциплины: ноутбук, мультимедийный проектор, экран
10.2	Dvd – ресурсы (фрагменты художественных фильмов, телепрограмм)

10.3	Сетевой сервер, персональные компьютеры (компьютерный класс с выходом в Интернет)
10.4	Комплекс раздаточных материалов: текстов - речевых образцов, статьи из профессиональных газет и журналов, фотографии ситуаций педагогического общения, распечатка слайдов с ключевой информацией
10.5	Стационарные компьютеры (библиотечный фонд СФУ)
10.6	Множительная (копировальная) техника
10.7	Для лиц с нарушением слуха (акустические колонки, мультимедийный проектор)
10.8	Для лиц с нарушением зрения (мультимедийный проектор для использования презентаций с укрупненным текстом)
10.9	Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата (персональные компьютеры и электронная образовательная среда e.sfu-kras.ru)