

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление маркетинговыми проектами

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:
38.03.02 «Менеджмент»**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной
образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Маркетинг

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Управление маркетинговыми проектами» обеспечить необходимые студентам теоретические знания принципов управления маркетинговыми проектами и практические навыки применения проектного менеджмента в маркетинговой деятельности предприятия

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Управление маркетинговыми проектами» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
		УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений
		... УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования.....
ОПК-2 ...	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.1 Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение
		ОПК-2.2 Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение
		ОПК-2.3 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной	ОПК-3.2 На основе анализа результатов проблемных ситуаций. организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности
		ОПК-3.3 Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений,

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	среды и оценивать их последствия	применяя современный компьютерный инструментарий
ПКО-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКО-2.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии ценообразования, в том числе и на международных рынках
ПКО-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	ПКО-3.1 Владеет современными методиками управления маркетингом и умеет их применять в бизнес-процессе
		ПКО-3.2 Владеет навыками применения в процессе предпринимательской деятельности различных подходов к инновациям и инновационными подходами на решение традиционных проблем

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление маркетинговыми проектами» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Управление маркетинговыми проектами».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Введение в специальность Математика Информационные технологии в менеджменте Статистика Стратегический менеджмент Экономическая география Микроэкономика Макроэкономика	Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Методы принятия управленческих решений Мировая экономика Развитие эмоционального интеллекта Креативность и инновации в бизнесе Нейромаркетинг Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе Современная промышленная политика Прикладные маркетинговые исследования Учебная практика Производственная практика Управление проектами Маркетинг услуг</p>	
ОПК-2	<p>Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p>	<p>Статистика Учет и анализ Стратегический менеджмент Экономическая география Управление продуктом Маркетинг взаимоотношений и партнерства Поведение потребителей Маркетинговые исследования Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве Навыки и современные технологии презентаций Зарубежное страноведение Культура личной работы</p>	<p>Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе Современная промышленная политика Прикладные маркетинговые исследования Учебная практика Производственная практика Управление проектами Стратегии и технологии продаж на рынках повседневных товаров Категорийный маркетинг Маркетинговое администрирование Контент-маркетинг</p>	
ОПК-3	<p>Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия</p>	<p>Теория управления Теория организации Организационное поведение Управление человеческими ресурсами Экономическая география Микроэкономика Макроэкономика Методы принятия управленческих решений Мировая экономика Маркетинг взаимоотношений и партнерства Корпоративная социальная ответственность Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Лидерство</p>	<p>Управление проектами Маркетинговые коммуникации Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПКО-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Управление продуктом Маркетинг взаимоотношений и партнерства Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Поведение потребителей B2B маркетинг Социальные сети в системе делового и персонального общения Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе Современная промышленная политика Прикладные маркетинговые исследования Корпоративный PR Маркетинговые инструменты прямых продаж Брендинг Управление проектами Маркетинговые коммуникации Международный маркетинг Позиционирование городов мира: поиск идентичности Маркетинговое обоснование старта-ап Стратегии и технологии продаж на рынках повседневных товаров Категорийный маркетинг Маркетинговое администрирование Контент-маркетинг Маркетинг услуг	Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация
ПКО-3	Способность управлять маркетинговой	Маркетинг продаж Маркетинг взаимоотношений и партнерства	Международный маркетинг Стратегический маркетинг ATL коммуникации Event-маркетинг

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	деятельностью организации	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности B2B маркетинг Digital marketing Территориальный маркетинг Маркетинговое управление бизнес-процессами Корпоративный PR Маркетинговые инструменты прямых продаж	Маркетинговые аспекты блокчейна Стратегии и технологии продаж на рынках повседневных товаров Категорийный маркетинг Маркетинговое администрирование Контент-маркетинг Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление маркетинговыми проектами» составляет 2 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		5	6	7	8
Контактная работа, ак.ч.	36				
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36				36
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	33				33
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	3				3
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	2			2
	зач.ед.	72			72

* - заполняется в случае реализации программы в очно-заочной форме

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
РАЗДЕЛ 1. Основные понятия в управлении маркетинговыми проектами.	1.1. Предмет, цели и задачи курса. Введение в дисциплину. Понятие проекта. Основные свойства проекта. Различия между операционным маркетингом, программой и проектом. Типы проектов.	СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>Понятие управления проектом. Проектный треугольник Г.Керцнера. Объект проектного управления.</p> <p>Виды и особенности маркетинговых проектов.</p> <p>Преимущества проектного управления в маркетинге.</p>	
<p>РАЗДЕЛ 2. Проект разработки нового продукта и вывода его на рынок</p>	<p>2.1.Основные подходы к разработке нового продукта</p> <p>Принципы разработки нового продукта</p> <p>Поэтапный контрольный разработки нового продукта. Основные критерии, используемые при поэтапном контроле.</p>	СЗ
	<p>2.2.Основные цели сегментации. Оценка доступности сегмента. Оценка потенциала сегмента.</p> <p>Оценка возможностей освоения сегмента.</p> <p>Критерии рисков и метод оценки рисков института BERI.</p> <p>Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности. STEP-анализ.</p> <p>2.3.Оценка привлекательности рынка по модели 5 сил.</p> <p>Оценка основных рисков внешней среды по методу Дельфи.</p> <p>Оценочный анализ конкуренции.</p>	СЗ
	<p>2.4. Маркетинговый проект: вывод на рынок нового бренда, нового продукта</p> <p>Определение концепции продукта.</p> <p>Анализ коммерческой ситуации</p> <p>Реализация проекта. Запуск и контроль проекта. Администрирование проекта</p>	СЗ
<p>РАЗДЕЛ 3.</p> <p>Маркетинговый проект: проведение коммуникационных мероприятий</p>	<p>3.1. Маркетинговый проект: проведение ВТЛ мероприятия. Ключевые моменты для разработки успешного мероприятия по стимулированию сбыта.</p> <p>Основные ограничения проекта стимулирования сбыта.</p> <p>Определение цели проекта стимулирования сбыта. Разработка стратегии и программы стимулирования сбыта</p> <p>Бюджет и анализ окупаемости проекта.</p> <p>Определение эффективности проекта</p> <p>Структурирование проекта. Системы оценки проекта. Администрирование проекта.</p>	СЗ
	<p>3.2. Маркетинговый проект: проведение PR мероприятия</p> <p>Замысел проекта.</p>	СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>Определение целей проекта. Разработка графика работ.</p> <p>Разработка проектного задания.</p> <p>Основные стадии развития проекта.</p> <p>Разработка графика работ</p> <p>Разработка бюджета проекта.</p> <p>Организация трудовых ресурсов.</p> <p>Распределение обязанностей. Мотивация.</p> <p>Управление и контроль выполнения работ.</p> <p>Завершение проекта. Подведение итогов.</p> <p>Подготовка необходимой документации.</p>	
РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность при взаимодействии производителя и ритейла	<p>4.1. Маркетинговый проект: постановка бренда в розничную сеть. Алгоритм подготовки к работе. Матрица принятия решения. Создание коалиции влияния внутри сети.</p> <p>4.2. Подготовка коммерческого предложения. Подготовка плана входа в сеть.</p>	СЗ
Раздел 5. Маркетинговые исследования как проект	<p>5.1. Маркетинговый проект: проведение международного маркетингового исследования Основные проблемы при заказе международных маркетинговых исследований</p> <p>План проведения международных маркетинговых исследований.</p> <p>Классификация планов маркетинговых исследований</p> <p>Алгоритм разработки маркетингового исследования</p> <p>5.2. Разработка технического задания и предложения на проведение исследования</p> <p>Алгоритм проведения кабинетных исследований, сбора и анализа вторичной информации</p>	СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий	Моноблок Lenovo IdeaCentre C560 I3 4160T/6 GB/1000

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Зал 3	GB/DVD/audio Мультимедиа проектор Casio XJ-N1700 Экран с электроприводом, белый матовый Аудимикшер на 2 входа Акустическая система Infinity 100Вт
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций, ауд.105	Ноутбук Asus F6A Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM - 1105
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 20 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций, ауд.25	Моноблок HP ProOne 440 Intel I5 10500T/8 GB/256 GB/audio, монитор 24" Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Зал библиотеки

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Управление проектами [Электронный ресурс] : Учебное пособие для бакалавров экономического факультета, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент» / Авт.-сост. Т.Н. Якубова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2018. - 64 с. : ил. - ISBN 978-5-209-08363-4.....

2. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489034> (дата обращения: 29.05.2022)

Дополнительная литература:

1. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. К. Ойнер. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 350 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04642-7.....

2. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/502866> (дата обращения: 29.05.2022).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Управление маркетинговыми проектами».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС**
<https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=10129>

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Управление маркетинговыми проектами» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Ст.преподаватель,
кафедра маркетинга



Калыгина В.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Зав.кафедрой маркетинга
К.э.н., профессор



Зобов А.М.

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Зав.кафедрой маркетинга,
к.э.н., профессор



Зобов А.М.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.