

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.06.2022 17:20:28
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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 МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.00 «Экономика и управление»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

Все профили

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

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.....
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	... УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач.....
	 УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.....
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных	ОПК-2.1 Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
...	управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	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 среды и оценивать их последствия	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, 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 (часть 1) Математика (часть 2) Информатика Микроэкономика Макроэкономика Мировая экономика Статистика Экономическая география Экономико-математическое моделирование Методы принятия управленческих решений Управление проектами Методы исследования рынка Экономика межгосударственных территориальных споров История финансовых потрясений в мировой экономике Креативность и инновации в бизнесе Основы научных исследований Технологические революции и экономический рост Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ Основы аудита корпоративного мошенничества Эмоциональный интеллект Города в глобальной экономике Экосистемы в бизнесе Нейромаркетинг Геоинформационные системы: визуализация	Преддипломная практика Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>пространственных данных в условиях Big Data</p> <p>Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)</p> <p>Маркетинг услуг</p> <p>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе</p> <p>Прикладные маркетинговые исследования</p> <p>Дизайн-мышление</p> <p>Ознакомительная практика</p> <p>Производственно-управленческая практика</p> <p>Проектно-технологическая практика</p> <p>Методика написания курсовой работы</p>	
УК-12	<p>Способен искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;</p>	<p>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов</p> <p>Навыки и технологии публичных презентаций</p> <p>Сторителлинг данных</p> <p>Креативность и инновации в бизнесе</p> <p>Основы научных исследований</p> <p>Цифровые технологии в управлении</p> <p>"Умные города": Россия и мир</p> <p>Дизайн-мышление</p> <p>Бизнес в Интернет</p> <p>Экономика цифровых рынков</p> <p>Производственно-управленческая практика</p>	<p>Маркетинговое администрирование</p> <p>Контент-маркетинг</p> <p>Маркетинговая логистика</p> <p>Ценообразование в маркетинге</p> <p>Преддипломная практика</p> <p>Подготовка и сдача государственного экзамена</p> <p>Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	<p>проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных</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>Бухгалтерский учет Статистика Стратегический менеджмент Курсовой проект Экономическая география Экономико-математическое моделирование Методы принятия управленческих решений Управление проектами Методы исследования рынка Маркетинговые исследования Управление продуктом Маркетинг взаимоотношений и партнерства Поведение потребителей Курсовая работа "Маркетинговые исследования" Навыки и технологии публичных презентаций Экономика межгосударственных территориальных споров Финансовая аналитика в Excel Основы научных исследований Тренинг: работа с международной статистикой</p>	<p>Маркетинговое администрирование Контент-маркетинг Преддипломная практика Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Основы международных стандартов учета и аудита Big Data: основы анализа данных Города в глобальной экономике Бизнес-аналитика Эффективное продвижение результатов научных исследований и проектов Внутренний контроль фирмы Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг) Маркетинг услуг Корпоративный PR Маркетинговое администрирование старт ап Digital Marketing Маркетинговое управление бизнес-процессами Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе Прикладные маркетинговые исследования Ознакомительная практика</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</p>	<p>Микроэкономика Макроэкономика Теория управления Мировая экономика Теория организации и организационное поведение Маркетинг Экономическая география</p>	<p>Преддипломная практика Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	оценивать их последствия	<p>Экономико-математическое моделирование Управление человеческими ресурсами Методы принятия управленческих решений Управление проектами Лидерство Корпоративная социальная ответственность Маркетинг взаимоотношений и партнерства Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия История финансовых потрясений в мировой экономике Технологические революции и экономический рост Управление талантами Бизнес-аналитика</p>	
ПКО-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Управление проектами Маркетинговые исследования Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Управление продуктом Брендинг Поведение потребителей Курсовая работа "Маркетинговые исследования" Курсовая работа "Брендинг" Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг) Маркетинг услуг</p>	<p>Маркетинговое администрирование Контент-маркетинг Маркетинговая логистика Ценообразование в маркетинге Преддипломная практика Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе Прикладные маркетинговые исследования Производственно-управленческая практика	
ПКО-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Digital marketing Маркетинговое управление бизнес-процессами Производственно-управленческая практика	Маркетинговое администрирование Контент-маркетинг Преддипломная практика Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

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

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление маркетинговыми проектами» составляет 3 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		5	6	7	8
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34			34	
Лекции (ЛК)	17			17	
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17			17	
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	65			65	
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9			9	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108		108	
	зач.ед.	3		3	

Таблица 4.2. 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
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	36				

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		5	6	7	8
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36				36
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	36				36
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
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. Понятие управления проектом. Проектный треугольник Г.Керцнера. Объект проектного управления. Виды и особенности маркетинговых проектов. Преимущества проектного управления в маркетинге.	ЛК, СЗ
РАЗДЕЛ 2. Проект разработки нового продукта и вывода его на рынок	2.1.Основные подходы к разработке нового продукта Принципы разработки нового продукта Поэтапный контрольный разработки нового продукта. Основные критерии, используемые при поэтапном контроле.	ЛК, СЗ
	2.2.Основные цели сегментации. Оценка доступности сегмента. Оценка потенциала сегмента. Оценка возможностей освоения сегмента. Критерии рисков и метод оценки рисков института BERI. Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности. СТЕР-анализ. 2.3.Оценка привлекательности рынка по модели 5 сил. Оценка основных рисков внешней среды по методу Дельфи. Оценочный анализ конкуренции.	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>2.4. Маркетинговый проект: вывод на рынок нового бренда, нового продукта Определение концепции продукта. Анализ коммерческой ситуации Реализация проекта. Запуск и контроль проекта. Администрирование проекта</p>	ЛК, СЗ
<p>РАЗДЕЛ 3. Маркетинговый проект: проведение коммуникационных мероприятий</p>	<p>3.1. Маркетинговый проект: проведение BTL мероприятия. Ключевые моменты для разработки успешного мероприятия по стимулированию сбыта. Основные ограничения проекта стимулирования сбыта. Определение цели проекта стимулирования сбыта. Разработка стратегии и программы стимулирования сбыта Бюджет и анализ окупаемости проекта. Определение эффективности проекта Структурирование проекта. Системы оценки проекта. Администрирование проекта.</p>	ЛК, СЗ
	<p>3.2. Маркетинговый проект: проведение PR мероприятия Замысел проекта. Определение целей проекта. Разработка графика работ. Разработка проектного задания. Основные стадии развития проекта. Разработка графика работ Разработка бюджета проекта. Организация трудовых ресурсов. Распределение обязанностей. Мотивация. Управление и контроль выполнения работ. Завершение проекта. Подведение итогов. Подготовка необходимой документации.</p>	ЛК, СЗ
<p>РАЗДЕЛ 4. Проектная деятельность при взаимодействии производителя и ритейла</p>	<p>4.1. Маркетинговый проект: постановка бренда в розничную сеть. Алгоритм подготовки к работе. Матрица принятия решения. Создание коалиции влияния внутри сети. 4.2. Подготовка коммерческого предложения. Подготовка плана входа в сеть.</p>	ЛК, СЗ
<p>Раздел 5. Маркетинговые исследования как проект</p>	<p>5.1. Маркетинговый проект: проведение международного маркетингового исследования Основные проблемы при заказе международных маркетинговых исследований План проведения международных маркетинговых исследований. Классификация планов маркетинговых исследований</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	Алгоритм разработки маркетингового исследования 5.2. Разработка технического задания и предложения на проведение исследования Алгоритм проведения кабинетных исследований, сбора и анализа вторичной информации	

* - 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 лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Зал 3	Моноблок Lenovo IdeaCentre C560 I3 4160T/6 GB/1000 GB/DVD/audio Мультимедиа проектор Casio XJ-N1700 Экран с электроприводом, белый матовый Аудимикшпер на 2входа 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

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		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.