

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«29» ___ 06 ___ 2021 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.10

Маркетинг проекта

Учебный план: z38.04.01_21_Экономика и управление корпоративными социальными проектами_ЗАО
№2-3-111.plx

Кафедра: **56** Экономической теории

Направление подготовки: 38.04.01 Экономика
(специальность)

Профиль подготовки: Экономика и управление корпоративными социальными проектами
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа обучающихся | | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоём- кость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации | |
|---------------------------|-------------------------------|-------------------|--------------|----------------|-------------------|---------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|
| | Лекции | Практ. занятия | Лаб. занятия | | | | | |
| 2 | УП | 8 | 8 | 4 | 142 | 18 | 5 | Экзамен, Курсовая работа |
| | РПД | 8 | 8 | 4 | 142 | 18 | 5 | |
| Итого | УП | 8 | 8 | 4 | 142 | 18 | 5 | |
| | РПД | 8 | 8 | 4 | 142 | 18 | 5 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2020 г. № 939

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

Лизовская Вероника
Владимировна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой экономической теории

Ильинский Игорь
Валерьянович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Ильинский Игорь
Валерьянович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: создать у магистрантов понимание значения маркетинга на различных этапах формирования и реализации проекта, ознакомить с маркетинговыми технологиями, которые могут быть использованы при реализации государственных и частных проектов, сформировать практические навыки по их реализации

1.2 Задачи дисциплины:

- сформировать представление о значении маркетинга на различных этапах реализации проекта,
- ознакомить с возможностями маркетинговых исследований и их значением для успешной подготовки проектов,
- сформировать навыки маркетинговой оценки привлекательности проектов,
- ознакомить с основными маркетинговыми коммуникациями, применяемыми на различных стадиях реализации проекта,
- создать навыки планирования маркетинга государственных и частных проектов.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Финансовое планирование и моделирование
- Учебная практика (планово-аналитическая практика)
- Управление социальными проектами
- Теория, методы и организация принятия управленческих решений

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| |
|--|
| ПК-3: Способен обеспечивать общеорганизационную подготовку проекта государственно-частного партнерства |
| Знать: Основные этапы разработки проекта и значение маркетинговой деятельности на каждом рассматриваемом этапе |
| Уметь: Разрабатывать и организовывать работу по формированию различных аспектов маркетинговой деятельности на различных стадиях проекта государственно-частного партнерства |
| Владеть: Навыками разработки организационно-управленческих решений в сфере управления персоналом при реализации проектов государственно-частного партнерства |

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | | | СР (часы) | Инновац. формы занятий |
|---|------------------------------|-------------------|---------------|----------------|--------------|------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | Лаб. (часы) | | |
| Раздел 1. Маркетинг на различных этапах жизненного цикла проекта | 2 | | | | | |
| Тема 1. Особенности проектной деятельности. Жизненный цикл проекта Практическое занятие: Жизненный цикл проекта | | 2 | 1 | | 22 | ГД |
| Тема 2. Подготовка проекта и маркетинговые исследования Лабораторная работа: Маркетинговое исследование при разработке проекта | | 2 | | 2 | 30 | ГД |
| Раздел 2. Специфика государственных и частных проектов | | | | | | |
| Тема 3. Продвижение государственных и частных проектов на различные аудитории Практическое занятие: Продвижение государственных и частных проектов на различные аудитории Лабораторная работа: Подготовка презентации проекта | | 1 | 1 | 1 | 24 | ГД |
| Тема 4. Особенности проектов с государственным участием Практическое занятие: Особенности проектов с государственным участием Лабораторная работа: Специфика проектов с государственным участием | | 1 | 1 | 1 | 22 | ИЛ |

| | | | | | |
|--|------|---|---|-------|----|
| Раздел 3. Результативность проектной деятельности и эффективность маркетинга | | | | | |
| Тема 5. Бюджет проекта. Маркетинговые данные для его формирования Практическое занятие: Разработка маркетингового бюджета проекта | 1 | 3 | | 22 | ГД |
| Тема 6. Подходы к экономической оценке проекта и вклад маркетинга Практическое занятие: Методы экономической оценки проекта | 1 | 2 | | 22 | ГД |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | 8 | 8 | 4 | 142 | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен, Курсовая работа) | 4,5 | | | 13,5 | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | 24,5 | | | 155,5 | |

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта): 4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта): Курсовая работа – это один из видов самостоятельной работы студентов (СРС), которая выполняется студентом самостоятельно во внеаудиторное время под руководством научного руководителя – преподавателя из числа сотрудников кафедры.

Цель курсовой работы заключается в получении студентами практических навыков самостоятельного изучения различных аспектов в области маркетинга проектов.

Курсовая работа как самостоятельное учебно-научное исследование отражает уровень общенаучной и профессиональной подготовки студента, уровень его компетенций в области выявления и формулирования проблем, разработки целей, задач исследования, сбора и анализа информации, а также самостоятельного обобщения материала по теме исследования и его представления в виде отчета (текста) и презентации.

Учебными задачами написания курсовой работы являются:

- закрепление и приращение теоретических и практических знаний, полученных студентами в ходе обучения;
- приобретение навыков по идентификации проблемы, обоснованию темы исследования, формулированию цели и задач, разработке плана курсовой работы;
- развитие способностей поиска, систематизации и обобщения информации, включая работу с учебной и научной литературой, законодательными актами, базами данных, данными и отчетами консалтинговых компаний и т.п.;
- демонстрация способностей в организации и проведении исследования, оформлении отчета по его результатам в виде текста курсовой работы и презентации ее результатов.

Студенты должны выполнить и защитить курсовую работу до экзамена по дисциплине «Маркетинг проекта».

Без защиты курсовой работы студент не допускается к экзамену по указанному курсу.

Тема курсовой работы должна отражать ее общее содержание и наиболее важные результаты, которые будет презентовать студент на защите.

4.2 Тематика курсовой работы (проекта): 1. Окружающая среда проекта: ее анализ и исследование при подготовке проекта

2. Маркетинговые исследования при разработке концепции проекта.

3. Проектный анализ. Маркетинговая и экономическая оценка реализуемости проекта.

4. Маркетинговые план проекта.

5. Создание коммуникационной системы проекта.

6. Программа маркетинга проекта.

7. Принципы оценки эффективности проектов.

8. Показатели эффективности проекта.

9. Процесс планирования маркетинга проекта.

10. Подготовка презентации концепции проекта для инвесторов

11. Подготовка презентации концепции проекта для массовой аудитории

12. Специфика подготовки и маркетинга государственных проектов

13. Специфика подготовки и маркетинга частных проектов

14. Специфика подготовки и маркетинга проектов в рамках реализации государственно-частного партнерства

15. Маркетинг на разных стадиях жизненного цикла проекта

4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):

Курсовая работа должна включать в себя следующие элементы:

- титульный лист;
- план, включающий основные вопросы темы в их логической последовательности;
- введение, в котором обосновывается актуальность выбранной темы, и определяются основные задачи, которые ставит перед собой студент;
- основная часть, в котором рассматривается теоретическое содержание намеченных в плане вопросов, а также приводится пример практического применения рассмотренного в теории вопроса;
- заключение, в котором излагаются основные выводы и практические рекомендации для экономического развития России;
- список использованной литературы

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения | Наименование оценочного средства |
|-----------------|---|-----------------------------------|
| ПК-3 | Характеризует основные этапы проекта и этапы планирования маркетинговых коммуникаций на разных этапах государственного и частного проекта | Вопросы для устного собеседования |
| | Проводит маркетинговые исследования для подготовки концепции проекта | Практико-ориентированное задание |
| | Проводит оценку эффективности проекта и разрабатывает стратегию совершенствования работы с персоналом проекта | Практико-ориентированное задание |

5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|-----------------------|---|---|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| 5 (отлично) | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. | Работа оформлена в полном соответствии с требованиями; структура и содержание работы полностью соответствует теме; материал раскрыт подробно с использованием не менее 20 источников; работа защищена с использованием презентации и ответом на все вопросы. |
| 4 (хорошо) | Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. | Работа оформлена с небольшими недочетами; структура и содержание работы полностью соответствуют теме; материал раскрыт подробно с использованием не менее 20 источников; работа защищена с использованием презентации, есть небольшие недочеты при презентации и защите работы. |
| 3 (удовлетворительно) | Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом выявлены существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. | Работа оформлена с недочетами; структура и содержание работы в целом соответствуют теме; работа не защищена или защищена с недочетами. |

| | | |
|-------------------------|--|--|
| 2 (неудовлетворительно) | Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. | Тема работы не соответствует содержанию, оформление работы не соответствует требованиям. |
|-------------------------|--|--|

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|--------|--|
| Курс 2 | |
| 1 | Современная концепция управления проектом. Окружающая среда и участники проекта. |
| 2 | Жизненный цикл проекта. |
| 3 | Базовые элементы управления проектом. Характеристики видов деятельности по управлению проектом. |
| 4 | Предынвестиционное исследование при подготовке проекта |
| 5 | Классификация маркетинговых исследований, используемых при подготовке концепции проекта |
| 6 | Оценка жизнеспособности и финансовой реализуемости проекта. |
| 7 | Разработка маркетинговой стратегии проекта программы |
| 8 | Управление коммуникациями проекта. Основные виды коммуникаций |
| 9 | Маркетинговые исследования при разработке концепции проекта. |
| 10 | Окружающая среда проекта: ее анализ и исследование при подготовке проекта |
| 11 | Создание коммуникационной системы проекта |
| 12 | Программа маркетинга проекта |
| 13 | Принципы оценки эффективности проектов. Показатели эффективности |
| 14 | цесс планирования маркетинга проекта |
| 15 | Специфика подготовки и маркетинга государственных проектов |
| 16 | Специфика подготовки и маркетинга частных проектов |
| 17 | Специфика подготовки и маркетинга проектов в рамках реализации государственно-частного партнерства |

5.2.2 Типовые тестовые задания

На какой стадии подготовки социального проекта особое значение играет маркетинг:

ШАГ №1. Изучение общественного мнения о состоянии социальной ситуации в местном сообществе в данное время.

ШАГ №2. Формулировка социальной проблемы, актуальной в данном местном сообществе.

ШАГ №3. Определение целей и задач социальной проблема.

ШАГ №4. Изучение реальных возможностей своей проектной группы.

ШАГ №5. Составление детального плана работы.

ШАГ №6. Составление рабочего графика по реализации всех пунктов плана.

ШАГ №7. Определение обязанностей и их распределение в проектной группе.

ШАГ №8. Определение необходимых ресурсов и источников их финансирования.

ШАГ №9. Составления бюджета проекта.

ШАГ №10. Разработка системы оценки эффективности работы над проектом.

ШАГ №11. Обучение членов проектной группы необходимым навыкам и умениям.

ШАГ №12. Формирование общественного мнения в местном сообществе.

ШАГ №13. Составление деловых предложений по разработанному проекту.

ШАГ №14. Поиск делового партнера для реализации проекта.

ШАГ №15. Проведение официальных переговоров с реальными партнерами.

ШАГ №16. Получение необходимых ресурсов.

ШАГ №17. Проведение плановых мероприятий.

ШАГ №18. Контроль и оценка выполнения плана.

ШАГ №19. Корректировка реализации проекта.

ШАГ №20. Анализ результатов работы по проекту.

ШАГ №21. Информирование общественности о результатах реализации проекта

Кто может относиться к целевой аудитории при подготовке презентации проекта:

- инвесторы
- потенциальные потребители
- команда проекта
- руководство компании
- государственные структуры

Какие исследования чаще всего реализуются при подготовке проекта:

- кабинетные исследования
- полевые исследования
- качественные исследования
- количественные исследования

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Умение представить проект в правильном свете, эффектно его презентовать — неотъемлемая часть успешной проектной деятельности. Показать значимость и важность вашего проекта для общества — первый пункт презентации вашего проекта. В процессе подготовки презентации вашего проекта полезным будет ознакомление с критериями оценки проектов, которые используются стейкхолдеры. Хорошая презентация — это яркий, вдохновляющий, лаконичный рассказ о вашем проекте. Приветствуются визуализация информации о проекте, нестандартные форматы подачи материала. В процессе презентации проекта не оставляйте без внимания основные правила: • будьте приветливы и открыты; • грамотно говорите; • тренируйте уверенный тон; • старайтесь говорить коротко, ясно, интересно. Раскройте особенности презентации проекта для разных аудиторий. Подготовьте презентацию проекта.

2. Дайте характеристику маркетинговым исследованиям, которые могут быть использованы для разработки государственного и частного проекта. Предложите, какие исследования необходимы для разработки проектов:

- а - нового стадиона для детской футбольной команды,
- б - нового продуктового магазина,
- в - здания спортивного комплекса.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине "Маркетинг проекта" только при условии успешной сдачи и защиты курсовой работы.

Экзамен проводится в устной форме. На подготовку студенту отводится 40 мин. При подготовке к ответу студент может пользоваться калькулятором.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|---|--|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Масалова, Ю. А. | Маркетинг персонала | Москва: Ай Пи Ар Медиа | 2021 | http://www.iprbookshop.ru/108232.html |
| Томасова, Д. А. | Развитие и применение дизайн-мышления в маркетинговых исследованиях | Саратов: Вузовское образование | 2021 | http://www.iprbookshop.ru/110122.html |
| Крумина, К. В., Полковникова, С. Г. | Управление проектами | Омск: Омский государственный технический университет | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/115453.html |

| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
|---|--|--|------|---|
| Синенко, С. А., Славин, А. М., Жадановский, Б. В. | Управление проектами | Москва: Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ | 2015 | http://www.iprbookshop.ru/40574.html |
| Коротков А. В. | Маркетинговые исследования | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2012 | http://www.iprbookshop.ru/10519.html |
| Батлер, И. | HR-маркетинг: Как сделать вашу компанию мечтой всех кандидатов | Москва: Альпина Паблишер | 2021 | http://www.iprbookshop.ru/109260.html |
| Толстых, Т. О., Савон, Д. Ю. | Управление проектами | Москва: Издательский Дом МИСиС | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/106742.html |
| Коваленко, С. П. | Управление проектами | Минск: ТетраСистемс, Тетралит | 2013 | http://www.iprbookshop.ru/28269.html |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

База открытых данных Минтруда России [Электронный ресурс]. URL: <https://rosmintrud.ru/opendata>
Министерство экономического развития Российской Федерации. Федеральная государственная информационная система территориального планирования [Электронный ресурс]. URL: <https://fgistp.economy.gov.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория | Оснащение |
|----------------------|---|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |