Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.10 Управление маркетинговыми проектами»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки)

Маркетинг
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2025

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.10 Управление маркетинговыми проектами*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

протокол № 8 от "03" 02 2025 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга и торгового дела _____ О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент _____ Н.В. Лужнова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

_____ _____ _____
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг _____ О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
_____ С.А. Бикмиширова
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Ю.В. Рожкова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Лужнова Н.В., 2025
© ОГУ, 2025

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: сформировать более глубокое понимание концепции маркетингового управления, развить практические навыки разработки, реализации и управления маркетинговыми проектами.

Задачи:

- изучить основные виды и типы маркетинговых проектов;
- иметь представление о функциях специалиста в сфере управления маркетинговыми проектами на предприятии;
- владеть навыками эффективного инициирования и организации маркетингового проекта;
- уметь формировать структурный и процессный планы, строить сетевой график и диаграмму Ганта маркетингового проекта;
- приобрести умения и навыки использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности профессиональных компетенций.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.6 Русский язык и культура речи, Б1.Д.Б.9 Основы проектной деятельности. Общественные проекты, Б1.Д.Б.17 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.18 Финансовый учет и отчетность, Б1.Д.Б.20 Разработка управленческих решений, Б1.Д.Б.23 Коммерческая деятельность, Б1.Д.В.5 Маркетинговые исследования, Б1.Д.В.8 Управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг, Б1.Д.В.12 Поведение потребителей, Б1.Д.В.13 Маркетинг инноваций, Б1.Д.В.14 Электронные торговые площадки*

Постреквизиты дисциплины: *Б2.П.В.П.1 Технологическая (проектно-технологическая) практика, Б2.П.В.П.2 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-3 Способен применять методы стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и реализации стратегии организации с учетом запросов и требований заинтересованных сторон	ПК*-3-В-3 Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организации	**Знать:** методы стратегического анализа организаций (рынков, продуктов) **Уметь:** проводить стратегический маркетинговый анализ и разрабатывать маркетинговые стратегии организации на его основе с учетом запросов и требований заинтересованных сторон **Владеть:** методами принятия стратегических, тактических и

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью организации.
ПК*-4 Способен моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций, владеть навыками бизнес-планирования в маркетинговой деятельности	ПК*-4-В-3 Способен выстраивать и поддерживать функционирование внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования и контроля деятельности	**Знать:** методы сбора информации для принятия стратегических решений, стратегического планирования и контроля маркетинговой деятельности **Уметь:** выстраивать и поддерживать функционирование внутренней маркетинговой стратегической информационной системы организации **Владеть:** методами моделирования и реорганизации стратегических бизнес-процессов в практической маркетинговой деятельности организации
ПК*-7 Способен участвовать в управлении проектом или программой внедрения продуктовых, информационных и технологических маркетинговых инноваций	ПК*-7-В-1 Знает особенности проектных методов управления	**Знать:** проектные методы управления **Уметь:** управлять маркетинговым проектом или программой внедрения продуктовых, информационных и технологических маркетинговых инноваций **Владеть:** проектными методами управления для внедрения продуктовых, информационных и технологических маркетинговых инноваций
ПК*-8 Способен осуществлять маркетинговые коммуникации с деловыми партнерами, использовать системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена	ПК*-8-В-3 Владеет инструментарием маркетинга партнерских отношений	**Знать:** инструментарий выстраивания стратегического маркетинга партнерских отношений **Уметь:** выстраивать маркетинговые

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации		коммуникации с деловыми партнерами при реализации проектов, направленных на стратегическое развитие организации **Владеть:** инструментарием сбора необходимой маркетинговой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на стратегическое развитие организации

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**180**	**180**
Контактная работа:	**71**	**71**
Лекции (Л)	34	34
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Консультации	1	1
Индивидуальная работа и инновационные формы учебных занятий	1,5	1,5
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: *- выполнение курсового проекта (КП);* *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- изучение разделов курса в системе электронного обучения Moodle;* *- изучение разделов массового открытого онлайн-курса «Создание и реализация проектов»;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю и т.п.)*	**109** +	**109**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Принципы проектного управления в маркетинговой деятельности предприятия	56	10	10	-	36
2	Подготовка маркетингового проекта	58	10	10	-	38
3	Планирование, организация и контроль маркетингового проекта	66	14	14	-	38
	Итого:	180	34	34		112
	Всего:	180	34	34		112

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Принципы проектного управления в маркетинговой деятельности предприятия

История управления проектами. Определение понятия «Маркетинговый проект». Виды маркетинговых проектов: управление товаром, управление идеей, управление проблемой. Основные признаки и свойства маркетингового проекта. Окружение маркетингового проекта: ближнее, дальнее и внутреннее окружение. Стейкхолдеры и команда проект. Концепция управления маркетинговыми проектами. Основные функции проектного менеджмента. Системы управления маркетинговыми проектами. Жизненный цикл и фазы маркетингового проекта и продукта. Критерии успешности управления маркетинговыми проектами. Основные ошибки в практике выполнения маркетинговых проектов.

Раздел 2 Подготовка маркетингового проекта

Особенности подготовки маркетинговых проектов, в основе которых лежит заказ. Особенности маркетинговых проектов, в основе которых лежит идея. Внутренние маркетинговые проекты. Особенности подготовки маркетинговых проектов, в основе которых лежит проблема. Распознавание и анализ проблем. Важнейшие причины проблем. Методы распознавания проблем и слабых мест: бенчмаркинг, метод анализа слабых мест, метод опросных листов, метод SWOT-анализа. Формулирование целей маркетингового проекта. Описание целей маркетингового проекта. Построение дерева целей. Контрольный лист по целям.

Раздел 3 Планирование, организация и контроль маркетингового проекта

Структурный план маркетингового проекта. Источники данных для планирования. Процессный план маркетингового проекта. Сетевое планирование Основные понятия сетевого планирования. Достоинства и недостатки сетевого планирования. Построение сетевого графика. Построение диаграммы Ганта. Организация маркетингового проекта. Внешнее и внутреннее управление проектами. Организационная структура маркетинговых проектов с внутренним управлением. Контроллинг маркетингового проекта. Завершение проекта.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1, 2, 3	1	Сущность и виды маркетинговых проектов	6
4, 5	1	Окружение маркетингового проекта	4
6, 7	2	Особенности маркетинговых проектов, в основе которых лежит заказ, идея или проблема	4
8	2	Методы распознавания проблем и слабых мест в маркетинговом проекте	2
9, 10	2	Построение дерева целей маркетингового проекта	4
11, 12	3	Построение структурного плана маркетингового проекта	4
13, 14, 15	3	Построение сетевого графика маркетингового проекта	6

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
16, 17	3	Построение диаграммы Ганта маркетингового проекта. Контроль маркетингового проекта	4
		Итого:	34

4.4 Курсовой проект (7 семестр)

Примерные темы курсового проекта:
1 История возникновения проектного подхода
2 Коммерческий проект: сущность и стратегии.
3 Классификация маркетинговых проектов
4 Управление деятельностью предприятия на основе маркетинговых проектов.
5 Применение дерева рисков в управлении маркетинговыми проектами.
6 Применение дерева целей в управлении маркетинговыми проектами.
7 Жизненный цикл маркетингового проекта.
8 Инструментарий управления маркетинговыми проектами, виды процессов.
9 Бенчмаркинг как метод распознавания маркетинговых проблем.
10 Использование методики анализа слабых мест при подготовке маркетингового проекта.
11 Применение метода опросных листов при подготовке маркетингового проекта.
12 Особенности применения SWOT-анализа при разработки маркетингового проекта.
13 Гипотеза исследования в управлении маркетинговым проектом.
14 Процесс расчета параметров сетевого графика
15 Расстановка приоритетов в управлении маркетинговыми проектами
16 План-график управления маркетинговым проектом.
17 Организационная структура управления маркетинговыми проектами.
18 Виды процессов, применяемых в рамках управления маркетинговыми проектами.
19 Основные группы ресурсов, используемых в управлении маркетинговым проектом.
20 Основные правила построения сетевой матрицы.
21 Создание высокоэффективных проектных команд.
22 Формирование показателей результативности проектов.
23 Оценка стоимости маркетингового проекта
24 Выбор системы мотивации команды маркетингового проекта
25 Идентификация и оценка рисков
26 Условия успешной реализации маркетингового проекта.
27 Стандартные ошибки руководителя маркетингового проекта.
28 Способы реакции на риск при реализации маркетингового проекта.
29 Критерии успешности и оценка работы по маркетинговому проекту.
30 Современные тенденции в развитии теории маркетингового проектирования.

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1 Парфенова, В. Е. Управление проектами : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент : [16+] / В. Е. Парфенова ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 41 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621138 (дата обращения: 21.03.2025). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

2 Коммуникационное сопровождение проектной деятельности : учебное пособие / М. А. Илышева, И. В. Котляревская, Ю. А. Мальцева, А. Ю. Петров ; под общ. ред. И. В. Котляревской ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2020. – 91 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699037 (дата обращения: 21.03.2025). – ISBN 978-5-7996-3097-3. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

1 Управление проектами [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Менеджмент организации" И. И. Мазур [и др.]; под ред. И. И. Мазура, В. Д. Шапиро.- 10-е изд., стер. - Москва : Омега - Л, 2014. - 960 с. : ил. - (Современное бизнес-образование). - Библиогр. в конце гл. - Прил.: с. 926-959. - ISBN 978-5-370-02800-7.

2 Двоеглазов, В. В. Технологическое предпринимательство и управление проектами : учебное пособие : [16+] / В. В. Двоеглазов ; под общ. ред. В. В. Двоеглазова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2023. – 126 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=714629 (дата обращения: 21.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-2360-0. – Текст : электронный.

3 Лужнова, Н. В. Управление маркетинговыми проектами [Электронный ресурс] : методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент / Н. В. Лужнова, О. М. Калиева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. маркетинга, коммерции и рекламы. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 0.48 Мб). - Оренбург : ОГУ, 2018. - 43 с. - Загл. с тит. экрана. - Adobe Acrobat Reader 6.0. – Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/65945_20180507.pdf

4 Лужнова, Н. В. Управление маркетинговыми проектами. Выполнение курсового проекта [Электронный ресурс] : методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент / Н. В. Лужнова, О. М. Калиева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. маркетинга, коммерции и рекламы. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 0.64 Мб). - Оренбург : ОГУ, 2018. - 38 с. - Загл. с тит. экрана. -Adobe Acrobat Reader 6.0. – Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod_all/66545_20180518.pdf

5.3 Периодические издания

Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024.

Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024.

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.marketolog.ru – журнал «Маркетолог»
http://marketing.web-3.ru – тематический портал о маркетинге
http://obs.ru – портал «Открытая школа бизнеса»
http://www.advmarket.ru – электронный журнал по маркетингу «Advmarket»
http://www.sostav.ru – сайт о рекламе, маркетинге и PR

http://www.advertology.ru – информационно-аналитический портал о рекламе, маркетинге, PR
https://azconsult.ru/blog/ - все о маркетинге для малого бизнеса и фрилансеров

«Создание и реализация проектов» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе https://openedu.ru/ - «Открытое образование» / Разработчик курса: Санкт-Петербургский государственный университет, режим доступа: https://openedu.ru/program/spbu/PROJECT_2/.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Операционная система РЕД ОС
2 Пакет офисных приложений LibreOffice
3 Веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/
4 Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
5 Система автоматизированной проверки текстов на наличие заимствований «Антиплагиат. Структура 4.0». - Режим доступа: https://osu.antiplagiat.ru/
6 Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования (АИССТ) (регистрационный номер в РОСПАТЕНТ №2011610456). - Режим доступа: https://osu.aistt.ru/
7 Управление маркетинговыми проектами [Электронный ресурс] : электронный курс в системе Moodle / Н.В. Лужнова, М.С. Мантрова, Оренб. гос. ун-т. – Электрон. дан. – Оренбург: ОГУ, 2025. – Режим доступа: Электронные курсы ОГУ в системе обучения moodle. - https://moodle.osu.ru/course/view.php?id=8083.
8 Университетская платформа для сопровождения процедуры проведения экзаменационных испытаний с использованием дистанционных образовательных технологий. – Режим доступа: https://exam.osu.ru/
9 Платформа для проведения онлайн мероприятий и видеоконференций «DION» (Конфигурация «DION EDU»)
10 Профессиональная база данных, Национальный рейтинг креативности рекламно-коммуникационных организаций России, Национальный рейтинг эффективности коммуникационных агентств, Национальный рейтинг эффективности медиаагентств, Национальный рейтинг ивент-услуг, Национальный рейтинг диджитал нон-медиа услуг, Рейтинг медиаагентсв АКАР/Sostav. - Режим доступа: https://www.akarussia.ru/node/9307
11 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
12 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2025]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
13 http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.