

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.04.02 Менеджмент
профиль 38.04.02–02 «Корпоративный маркетинг»

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Управление маркетинговыми проектами»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – *экзамен*.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные (*17 часов*), практические (*34 часа*) занятия, самостоятельная работа обучающегося составляет 129 часов.

Учебным планом предусмотрено выполнение курсовой работы.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов:

Проект и программы как объекты управления, их характеристики. Существующие трактовки понятия проект. Признаки проекта. Взаимосвязь целей и задач проекта. Типы проектов: моно-, мульти- и мегапроекты; простые и сложные; продуктовые и бизнеса новых предприятий; инвестиционные, инновационные и венчурные; экономические и социальные; организационные и маркетинговые и др. Разновидности и классификация проектов и программ. Факторы, влияющие на успех и неудачи проекта. Взаимосвязь жизненных циклов проекта, продукта и организации. Состав и содержание работ основных фаз жизненного цикла проекта. Внутренняя среда проекта. Влияние окружения на разные типы проектов...

Понятие участников проекта. Состав участников проекта. Понятие команды проекта. Основные задачи команды проекта. Состав и функции членов команды проекта. Формирование и развитие команды проекта. Современные требования к менеджеру проекта. Права и обязанности менеджера проекта. Понятие решения проблем в управлении проектами. Стандарты и нормы, как основа взаимодействия участников проекта. Стандартная последовательность разрешения проблем. Методы, используемые при разрешении проблем в управлении проектами. Управление системами поощрений. Виртуальные команды. Партнеры как члены команды.

Понятие управления проектом. Основные элементы управления проектом. Современная концепция маркетинга в управлении проектами. Классификация задач управления маркетинговым проектом. Разработка маркетинговой стратегии проекта. Формирование концепции маркетингового проекта. Программа маркетингового проекта. Бюджет маркетингового проекта. Реализация маркетингового проекта. Управление маркетингом в рамках

управления проектами. Назначение и эффективность управления маркетинговыми проектами. Общие взаимодействия процессов управления проектами. Группы процессов управления проектами.

Управление рисками маркетингового проекта. Основные понятия и структура управления рисками. Методы анализа проектных рисков. Методы снижения рисков. Влияние риска и неопределенности при оценке эффективности маркетингового проекта. Организация работ по управлению рисками.

Оценка эффективности маркетингового проекта. Основные принципы оценки эффективности маркетинговых проектов. Исходные данные для расчета эффективности проекта. Основные показатели эффективности маркетингового проекта. Методы оценка эффективности маркетингового проекта.

Технические средства в управлении маркетинговым проектом. Роль технических средств в управлении маркетинговыми проектами. Управление коммуникациями в рамках разработки и реализации маркетинговых проектов. Информационная система управления проектами (ИСУП). Ключевые определения и потребности в ИСУП. Структура ИСУП. Программные средства для управления маркетинговыми проектами. Их функциональные возможности и критерии выбора программных средств. Характеристика состояния рынка программных продуктов по управлению проектами. Задачи программного обеспечения проектов.