

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. В. Сенченко
«__» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Проектная деятельность (ГПО-1)

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **38.03.02 Менеджмент**
Направленность (профиль) / специализация: **Управление проектом**
Форма обучения: **заочная (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)**
Факультет: **ФДО, Факультет дистанционного обучения**
Кафедра: **Менеджмента, Кафедра менеджмента**
Курс: **3**
Семестр: **6**
Учебный план набора 2020 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	6 семестр	Всего	Единицы
1	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	12	12	часов
2	Часы на контрольные работы	2	2	часов
3	Самостоятельная работа	126	126	часов
4	Всего (без экзамена)	140	140	часов
5	Подготовка и сдача зачета	4	4	часов
6	Общая трудоемкость	144	144	часов
			4.0	З.Е.

Контрольные работы: 6 семестр - 1
Зачёт с оценкой: 6 семестр

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по УР
Дата подписания: 18.12.2019
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 Менеджмент, утвержденного 12.01.2016 года, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчик:

доцент каф. менеджмента _____ А. В. Богомолова

Заведующий обеспечивающей каф.

Менеджмента _____ М. А. Афонасова

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ФДО _____ И. П. Черкашина

Заведующий выпускающей каф.

Менеджмента _____ М. А. Афонасова

Эксперты:

Профессор кафедры менеджмента
(менеджмента)

_____ М. А. Афонасова

Старший преподаватель кафедры
менеджмента

_____ Т. В. Архипова

Старший преподаватель кафедры
технологий электронного обучения
(ТЭО)

_____ А. В. Гураков

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

Целью дисциплины в рамках группового проектного обучения является практическое закрепление знаний и навыков проектной, научно-исследовательской и организационной деятельности в рамках профессиональных задач по направлению подготовки обучающегося.

1.2. Задачи дисциплины

- сформировать требования к реализуемому проекту;
- изучить инструменты, используемые в проектной деятельности;
- научиться выполнять индивидуальные задачи и отчитываться по ним;
- консультировать и прививать работникам навыки по аспектам своей профессиональной деятельности;
- изучить основы разработки и реализации бизнес-планов создания нового бизнеса;
- сформировать отчет по промежуточным результатам проектной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Проектная деятельность (ГПО-1)» (Б1.В.03.ДВ.01.01) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Информационные технологии в управлении, Макроэкономика, Маркетинг, Менеджмент, Основы проектной деятельности, Управление проектами.

Последующими дисциплинами являются: Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Проектная деятельность (ГПО-2), Проектная деятельность (ГПО-3), Проектная деятельность (ГПО-4).

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать** цели и задачи группового проектного обучения; основы проектной деятельности; индивидуальные задачи в рамках ГПО; понятийно-категориальный аппарат проектного менеджмента, его отличительные признаки, сущность и классификацию; сущность и классификацию, модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации; основные элементы инфраструктуры поддержки предпринимательской деятельности; теоретические положения выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей.

- **уметь** работать в составе проектной группы при реализации проектов; практически использовать знания и навыки в рамках профессиональной деятельности; использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; разрабатывать предложения по развитию элементов инфраструктуры поддержки предпринимательской деятельности; оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

- **владеть** профессиональными навыками решения индивидуальных задач при выполнении проекта; навыками и инструментами разработки проекта, управления его стоимости, качества и реализации проекта; навыками оценки условий осуществления предпринимательской деятельности; способами оценки эффективности поддержки предпринимательской деятельности; методами выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
---------------------------	-------------	----------

		6 семестр
Контактная работа (всего)	12	12
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	12	12
Часы на контрольные работы (всего)	2	2
Самостоятельная работа (всего)	126	126
Подготовка к контрольным работам	20	20
Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	69	69
Подготовка и написание отчета по практике	25	25
Представление отчета по практике к защите	12	12
Всего (без экзамена)	140	140
Подготовка и сдача зачета	4	4
Общая трудоемкость, ч	144	144
Зачетные Единицы	4.0	

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

Названия разделов дисциплины	СРП, ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
6 семестр				
1 Определение целей и задач этапа проекта	2	10	12	ПК-17
2 Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта	2	16	18	ПК-17
3 Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа проекта	2	25	27	ПК-17
4 Выполнение индивидуальных задач в рамках этапа проекта	4	30	34	ПК-17
5 Составление отчета	1	33	34	ПК-17
6 Защита отчета о выполнении этапа проекта (рецензирование отчета)	1	12	13	ПК-17
Итого за семестр	12	126	140	
Итого	12	126	140	

5.2. Содержание разделов дисциплины (самостоятельная работа под руководством преподавателя)

Содержание разделов дисциплин (самостоятельная работа под руководством преподавателя) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов дисциплин (самостоятельная работа под руководством преподавателя)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины (самостоятельная работа под руководством преподавателя)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
6 семестр			
1 Определение целей и задач этапа проекта	Современная концепция маркетинга в управлении проектами Стратегические и тактические цели маркетинга проектов. Требования, предъявляемые к формированию цели. Задачи маркетинга в проектах. Применение маркетинговых методов при управлении проектами.	2	ПК-17
	Итого	2	
2 Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта	Основы разработки маркетинговой стратегии проекта. Понятие маркетинговых исследований в рамках управления проектом. Организация исследований.	2	ПК-17
	Итого	2	
3 Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа проекта	Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа проекта. Определение потребности в проведении маркетинговых исследований и конкретизация целей и задач маркетинга в проекте. Этапы проведения исследований. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинга. Классификация маркетингового планирования проекта.	2	ПК-17
	Итого	2	
4 Выполнение индивидуальных задач в рамках этапа проекта	Формирование концепции маркетинга проекта. Бюджет маркетинга проекта. Определение и формирование. Статьи доходов и расходов в бюджете маркетинга проекта. Выбор и применение инструментов маркетинга для организации и проведения исследований, решения задач продвижения. Разработка форм и аналитических таблиц для систематизации информации. Методы обработки маркетинговой информации.	4	ПК-17
	Итого	4	
5 Составление отчета	Содержание, оформление, правила. Определение комплекса требований к заключительному отчету: формальные и качественные требования. Структура отчета и	1	ПК-17

	основные количественные показатели. Графическое представление информации в отчете. Использование прикладных про- грамм и технических средств для фор- мирования отчета.		
	Итого	1	
6 Защита отчета о выполнении этапа проекта (рецензирование отчета)	Подготовка отчета к защите	1	ПК-17
	Итого	1	
Итого за семестр		12	

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представлены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин					
	1	2	3	4	5	6
Предшествующие дисциплины						
1 Информационные технологии в управлении				+	+	+
2 Макроэкономика	+	+	+	+	+	+
3 Маркетинг	+	+	+	+	+	+
4 Менеджмент	+	+	+	+	+	+
5 Основы проектной деятельности	+	+	+	+	+	+
6 Управление проектами	+	+	+	+	+	+
Последующие дисциплины						
1 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	+	+	+	+	+	+
2 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	+	+	+	+	+	+
3 Проектная деятельность (ГПО-2)	+	+	+	+	+	+
4 Проектная деятельность (ГПО-3)	+	+	+	+	+	+
5 Проектная деятельность (ГПО-4)	+	+	+	+	+	+

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4.

Таблица 5.4 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Компетенции	Виды занятий	Формы контроля
-------------	--------------	----------------

	СРП	Сам. раб.	
ПК-17	+	+	Контрольная работа, Защита отчета, Отчет по ГПО, Тест, Зачёт с оценкой

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

7. Лабораторные работы

Не предусмотрено РУП.

8. Часы на контрольные работы

Часы на контрольные работы приведены в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Часы на контрольные работы

№	Вид контрольной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
6 семестр			
1	Контрольная работа	2	ПК-17

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
6 семестр				
1 Определение целей и задач этапа проекта	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	10	ПК-17	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Отчет по ГПО, Тест
	Итого	10		
2 Разработка (актуализация) технического задания этапа проекта	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	16	ПК-17	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Отчет по ГПО, Тест
	Итого	16		
3 Постановка индивидуальных задач в рамках выполнения этапа проекта	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	15	ПК-17	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Контрольная работа, Отчет по ГПО, Тест
	Подготовка к контрольным работам	10		
	Итого	25		
4 Выполнение индивидуальных задач в рамках этапа проекта	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	20	ПК-17	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Контрольная работа, Отчет по ГПО, Тест
	Подготовка к контрольным работам	10		
	Итого	30		
5 Составление отчета	Подготовка и написание отчета по практике	25	ПК-17	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Отчет по ГПО, Тест
	Самостоятельное изуче-	8		

	ние тем (вопросов) теоретической части курса			
	Итого	33		
6 Защита отчета о выполнении этапа проекта (рецензирование отчета)	Представление отчета по практике к защите	12	ПК-17	Зачёт с оценкой, Защита отчета, Тест
	Итого	12		
	Выполнение контрольной работы	2	ПК-17	Контрольная работа
Итого за семестр		126		
	Подготовка и сдача зачета	4		Зачёт с оценкой
Итого		130		

10. Контроль самостоятельной работы (курсовой проект / курсовая работа)
Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся
Рейтинговая система не используется.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов [Электронный ресурс]: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: Доступ из личного кабинета студента — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/426253> (дата обращения: 27.09.2021).

2. Зуб, А. Т. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 422 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: Доступ из личного кабинета студента — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/413026> (дата обращения: 27.09.2021).

12.2. Дополнительная литература

1. Маркетинг-менеджмент [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 379 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: Доступ из личного кабинета студента — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/413169> (дата обращения: 27.09.2021).

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Ларионова А.В. Групповое проектное обучение [Электронный ресурс]: Методические указания по подготовке к лабораторным, практическим занятиям и самостоятельной работе / А. В. Ларионова - Томск: ТУСУР, 2018. 17 с. - Доступ из личного кабинета — Режим доступа: <https://study.tusur.ru/study/library/> (дата обращения: 27.09.2021).

2. Маркетинг проектов (ГПО-1) [Электронный ресурс]: Методические указания по практическим занятиям и самостоятельной работе студентов / А.В. Богомоллова - 2018. 21с. - Доступ из личного кабинета студента

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

12.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Библиотека ТУСУР - <https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh/uis-rossiya>
2. Официальный сайт Минфина РФ <http://www.minfin.ru>
3. Официальный сайт Госкомстата РФ <http://www.gks.ru>
4. Словарь экономических терминов <http://economicportal.ru>
5. КонсультантПлюс: www.consultant.ru (доступ из личного кабинета студента)
6. ЭБС «Юрайт»: www.urait.ru (доступ из личного кабинета студента)
7. Экономические разделы поисковых систем общего назначения <http://www.google.com/>
8. eLIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины и требуемое программное обеспечение

13.1. Общие требования к материально-техническому и программному обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Кабинет для самостоятельной работы студентов

учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Коммутатор MicroTeak;
- Компьютер PENTIUM D 945 (3 шт.);
- Компьютер GELERON D 331 (2 шт.);
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- 7-zip (с возможностью удаленного доступа)
- Google Chrome
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows (с возможностью удаленного доступа)
- MS Office версий 2010 (с возможностью удаленного доступа)
- Microsoft Windows
- OpenOffice (с возможностью удаленного доступа)
- КонсультантПлюс (с возможностью удаленного доступа)

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 201 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Состав оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. - 5 шт.;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

13.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

14. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

14.1. Содержание оценочных материалов и методические рекомендации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы в составе:

14.1.1. Тестовые задания

1 Прямой маркетинг - это:

- а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
- б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
- в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;
- г) благожелательное представление товара/услуги в СМИ.

2 Комплекс маркетинговых коммуникаций включает:

- а) рекламу, пропаганду, персональная продажа и систему скидок;
- б) рекламу, персональную продажу, пропаганду и стимулирование сбыта;
- в) рекламу, public relations, стимулирование сбыта и пропаганду;
- г) рекламу, выставки, презентации, конкурсы.

3 Объектом маркетингового анализа является:

- а) продажа отдельных товаров, товарооборот рыночных предприятий;

- б) отдельное предприятие, отрасль, совокупность отраслей, а также физические лица, семьи, социальные группы населения, население в целом, участвующие в рыночной деятельности;
- в) район, город, регион, вся территория страны.
- 4 Как называется способ действия, направленный на достижение целей предприятия?
- а) программа маркетинга;
- б) план маркетинга по товару;
- в) план маркетинга по компании;
- г) стратегия маркетинга;
- д) функция маркетинга.
- 5 Опрос не может быть проведён:
- а) по телефону;
- б) путём наблюдения;
- в) индивидуально;
- г) по почте;
- д) по Интернету.
- 6 К какому элементу системы маркетинговых коммуникаций принадлежит установление и поддержание связей с прессой:
- а) рекламы;
- б) персональной продажи;
- в) пропаганды;
- г) стимулирование сбыта.
- 7 К какой части маркетинговой среды относятся конкуренты?
- а) внутренняя микросреда;
- б) внешняя микросреда;
- в) макросреда.
- 8 При проведении, каких видов маркетинговых исследований наиболее часто используются качественные методы?
- а) разведочных;
- б) описательных;
- в) экспериментальных.
- 9 Главное отличие пропаганды от рекламы в:
- а) ее платности;
- б) ее личном характере;
- в) ее общественном характере;
- г) она не оплачивается.
- 10 Целью стратегического маркетинга является:
- а) отслеживание эволюции заданного рынка, выявление существующих или потенциальных рынков или их сегмента на основе анализа потребностей, нуждающихся в удовлетворении;
- б) уточнение миссии, определение целей развития, разработка стратегии развития компании и пр.;
- в) выявление потребностей, которые компания будет удовлетворять;
- г) формирование имиджа фирмы.
- 11 Какие из перечисленных источников вторичной информации относятся к внутренним?
- а) телевидение и радио;
- б) план научно-исследовательских работ предприятия;
- в) газеты и журналы;
- г) результаты маркетингового исследования, проведенного фирмой два года назад.
- 12 Цикл проекта — это время:
- а) от идентификации до завершения внедрения проекта;
- б) от идентификации к началу внедрения проекта;
- в) от замысла проекта к его окончанию и оценке результатов;
- г) от начала подготовки проекта до завершения его внедрения;
- д) внедрение проекта.
- 13 Продукт должен нравиться:

- а) производителю;
- б) потребителю;
- в) рекламному агентству;
- г) конкурентам;
- д) всё вышеперечисленное.

14 Для изучения рынка в бизнес-плане наибольший приоритет имеет ...

- а) отношение покупателей к упаковке
- б) сезонность продаж
- в) выявление действующих и потенциальных конкурентов

15 Исследование системы распределения проводится в рамках:

- а) изучения поведения потребителей;
- б) диагностики микросреды фирмы;
- в) анализа конкурентной среды;
- г) исследования рынка;
- д) анализа издержек производства и прибыли.

16 Исследования в маркетинге инноваций отличается от традиционных исследований:

- а) отсутствие фактических потребителей;
- б) отсутствуют фактические рынки;
- в) наличие регулярной практики потребления.

17 Маркетинговое планирование дает возможность решить следующие задачи:

- а) оценка рынка;
- б) анализ целевых рынков;
- в) поиск стратегий;
- г) определение необходимых оперативных решений;
- д) расчет ожидаемых результатов.

18 При осуществлении товарной концепции под понятием "маркетинговая близорукость" понимают:

- а) совершенствование товара без учёта нужд потребителей;
- б) отказ от выпуска нового товара;
- в) отказ от стратегического планирования;
- г) агрессивные усилия по сбыту товара;
- д) использование только оптовых посредников.

19 При проведении коммерческого анализа не предусматривается рассмотрение:

- а) доступности и качества нужных ресурсов;
- б) ценовой привлекательности ресурсов;
- в) ценовой политики на товар, что выпускается;
- г) рыночных тенденций и перспектив продукции, которая производится;
- д) необходимых стимулов для разных участников проекта.

20 Взаимосвязь людей, технических средств, процедур и методологических приемов, предназначенных для сбора, обработки, анализа, оценки и распределения своевременной и точной информации, необходимой для принятия управленческих решений в области маркетинга это:

- а) маркетинговая разведка;
- б) маркетинговая информационная система;
- в) маркетинговые исследования;
- г) факторный анализ проведения маркетинговых исследований.

14.1.2. Темы контрольных работ

1. Разработка концепции проекта.
2. Формирование структуры проекта.
3. Формирование команды проекта.
4. Анализ окружения проекта.

5. Планирование проекта.
6. Организация и контроль выполнения проекта.
7. Управление предметной областью проекта.
8. Управление проектом по временным параметрам.
9. Управление стоимостью и финансированием проекта.
10. Управление качеством проекта.
11. Управление риском в проекте.
12. Управление коммуникациями в проекте.
13. Управление поставками и контрактами в проекте.
14. Управление изменениями в проекте.
15. Управление конфликтами в проекте.

14.1.3. Темы проектов ГПО

Выбор темы проектов ГПО определяется в соответствии с научными направлениями работы кафедры и направлением подготовки, по которому обучаются студенты и/или направлению их научно-исследовательской деятельности.

Работа проектной группы организуется как составная часть учебного процесса подготовки специалистов, бакалавров, магистров. Практическое закрепление знаний и навыков проектной, научно-исследовательской и организационно-управленческой деятельности происходит в результате разработки реального проекта.

Формулировка и развитие тематики проекта проводится при непосредственном участии руководителя проектной группы, которые планирует сроки и индивидуальные задачи для каждого участника. Индивидуальное задание каждого студента, участника проектной группы, связано с выполнением задач предусмотренных техническим заданием проекта.

Техническим заданием также предусматривает доклады участников проектных групп по результатам проведенной работы на научно-технических конференциях, симпозиумах и семинарах различного уровня

Типовые темы:

1. Разработка финансово-экономического обоснования проекта на примере стартапа.
2. Разработка проекта в (социальной) сфере, образовательной среде,...
3. Финансово-экономическое сопровождение технических проектов.
4. Управление рисками проекта...
5. Управление финансовыми потоками организации.

Примеры тем проектов реализованных на кафедре:

Исследование факторов влияющих на формирование сплоченности коллектива и культуру командного взаимодействия

Маркетинговые исследования на рынках высокотехнологичной продукции и услуг

Исследование франчайзинга как явления современной экономики

Исследование перспектив реализации инвестиционного проекта в условиях неопределенности внешней среды

14.1.4. Вопросы для зачёта с оценкой

Приведены примеры типовых заданий из банка контрольных тестов, составленных по пройденным разделам дисциплины

1. С чего начинается планирование маркетинга

- а) с разработки новых товаров и услуг
- б) с планирования мероприятий по организации производственной базы
- в) исследования внутренней среды фирмы
- г) выработки стратегии фирмы
- д) с анализа данных о спросе

2. Жизненный цикл проекта – это:

- а) стадия проектирования проекта
- б) временной промежуток между моментом обоснования инвестиций и моментом, когда они окупились
- в) временной промежуток между моментом появления, зарождения проекта и моментом его ликвидации, завершения
- г) временной промежуток между моментом получения задания от заказчика и моментом сдачи проекта заказчику

3. Укажите причины, по которым идея проекта может быть отклонена:

- а) постоянно растущий спрос на продукцию проекта
- б) отсутствие четких временных границ
- в) высокая стоимость сырья
- г) чрезмерный риск
- д) чрезмерно высокая стоимость проекта

4. Какой тип маркетинга необходимо применять при нерациональном спросе?

- а) конверсионный
- б) стимулирующий
- в) демаркетинг
- г) ремаркетинг
- д) поддерживающий

5. Понятие «проект» объединяет разнообразные виды деятельности, характеризующиеся рядом следующих признаков:

- а) неограниченная протяженность во времени
- б) направленность на достижение конкретных целей
- в) обособленное выполнение многочисленных, взаимосвязанных действий
- г) все перечисленные признаки

6. Основное отличие проекта от производственной системы заключается в том, что:

- а) проект является неоднократной, циклической деятельностью
- б) проект является однократной, не циклической деятельностью
- в) принципиальных отличий нет

7. Какие ограничения существенно сдерживают распространение методологии управления проектами в России?

- а) устойчиво высокая инфляция
- б) процесс демонполизации производителей различного рода товаров и услуг
- в) изменение производственной системы, «подстраивающейся» под рынок
- г) все вышеперечисленное

8. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается :

- а) большое количество потребителей
- б) превышение предложения над спросом
- в) превышение спроса над предложением
- г) большое количество продавцов
- д) большое количество конкурентов

9. Укажите, какие из перечисленных ниже факторов, воздействующих на систему маркетинга, относятся к факторам макросреды:

- а) политические
- б) поставщики
- в) социально-экономические
- г) конкуренты
- д) научно-технические

10. Проекты, подверженные наибольшему влиянию внешнего окружения

- а) социальные и инвестиционные
- б) экономические и инновационные
- в) организационные и экономические

11. Экономическая целесообразность, как мотив покупки, включает:

- а) снижение возможных рисков
- б) соответствие заданной функции
- в) потребность в ритмичных поставках
- г) требования к комплектности поставок

12. Для увеличения читаемости печатного рекламного текста целесообразно ...

- а) снабжение текста иллюстрациями
- б) присутствие данных о новизне товара
- в) соответствие товара требованиям рынка
- г) использование геометрических фигур

13. Окружающая среда проекта — это:

- а) совокупность факторов и объектов, непосредственно не принимающих участия в проекте, но влияющих на проект и осуществляющих взаимодействие с проектом и отдельными его элементами
- б) совокупность всех участников проекта и других физических и юридических лиц, заинтересованных в его результатах
- в) совокупность независимых хозяйствующих субъектов, взаимодействующих с участниками проекта напрямую

14. Лица, представляющие интересы производителей при сбыте их товаров, получающие вознаграждение в виде комиссионных и не имеющие товары в собственность являются:

- а) оптовые компании
- б) сбытовые агенты
- в) брокеры
- г) правильного ответа нет

15. Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным?

- а) выставка
- б) фотопродукция
- в) интернет-ресур
- г) отношения со средствами массовой информации
- д) печатные материалы.

16. Закупки по образцам характерны:

- а) для универсальных продуктов
- б) для неоднородных продуктов
- в) для нестандартизированных продуктов
- г) для когда можно предусмотреть все требования продукта

17. Что определяет широта каналов распределения

- а) количество посредников от производителя до потребителя
- б) полноту охвата товародвижения
- в) количество посредников на одном уровне звена
- г) качество каналов товародвижения

18. Метод маркетинговых исследований, применяемый только при проведении исследований для сферы услуг

- а) экспертных оценок
- б) критических событий
- в) математико-прогностический

19. Ключевое преимущество управления проектами

- а) экономия времени и ресурсов на реализацию проекта за счет применения эффективных методов, технологий и инструментов управления

б) возможность с помощью инструментов планирования смоделировать детально и формализовать реализацию проекта

в) возможность осуществить объективную оценку экономической эффективности инвестиционного проекта

г) формирование эффективной команды по реализации поставленной цели

20. К факторам, контролируемым маркетингом, относятся:

а) потребители

б) товар

в) технология

г) конкуренты

д) ценообразование

14.1.5. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

- чтение или просмотр материала необходимо осуществлять медленно, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

- если в тексте встречаются термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

- необходимо осмысливать прочитанное и изученное, отвечать на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия в форме вебинаров. Расписание вебинаров публикуется в кабинете студента на сайте Университета. Запись вебинара публикуется в электронном курсе по дисциплине.

14.2. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 14.

Таблица 14 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
-----------------------	--	--

С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- методом чтения ассистентом задания вслух;
- предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге;
- набор ответов на компьютере;
- набор ответов с использованием услуг ассистента;
- представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.