

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце: Автономная некоммерческая организация высшего образования  
ФИО: Юров Сергей Серафимович «ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»  
Должность: ректор ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНА И МОДЫ  
Дата подписания: 18.10.2022 15:19:43  
Уникальный программный ключ:  
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

УТВЕРЖДАЮ

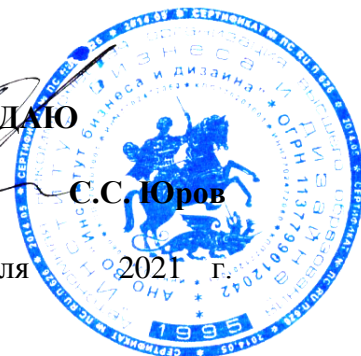
Ректор

от « 18 »

февраля

С.С. Юров

2021 г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.О.13 «МАРКЕТИНГ ПРОЕКТА»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

*проектный*

**Направленность (профиль):**

«Графический дизайн»

«Цифровой дизайн»

«Гейм-дизайн»

«Моушн-дизайн»

**Форма обучения:**

очная

Разработчик (и): Матюшкин Вадим Сергеевич – кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«16» января 2021 г.



(подпись)

/В.С. Матюшкин /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 1015 от 13.08.2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующая кафедрой разработчика РПД



(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 6 от «22» января 2021 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины
4. Результаты освоения дисциплины обучающимися
5. Объем дисциплины и распределение видов учебной работы по семестрам
6. Структура и содержание дисциплины
7. Примерная тематика курсовых работ
8. Фонд оценочных средств по дисциплине
9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины
11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины
12. Приложение 1

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** создание у студентов профессионального представления о целостном, процессе деловой активности субъектов хозяйствования в области маркетинга в сфере управления проектами, а также формирование у них практических навыков разработки и маркетинга проектов.

**Задачи:**

- выяснение специфики проектов, их социально-экономического содержания, классификации и жизненного цикла;
- получение знаний о системе организации проектов, основах разработки маркетинговой стратегии проектов;
- освоение методологии планирования проекта и оценки его эффективности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Место дисциплины в учебном плане:

**Блок:** Блок 1. Дисциплины (модули).

**Часть:** Обязательная часть.

**Осваивается:** 7 семестр.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**УК-1** - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

**УК-2** - способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

**ПК-3** – способность проводить предпроектные дизайнерские исследования;

**ПК-5** – способность осуществлять экспертную деятельность по вопросам качества изготовления объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации.

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>УК-1</b> Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>УК-1.1.</b> Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи	<b>Знать:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи <b>Уметь:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи <b>Владеть:</b> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p><b>УК-2</b> Способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p><b>УК-2.1.</b> Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение</p>	<p><b>Знать:</b> основы целеполагания и принципы достижения целей <b>Уметь:</b> формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели <b>Владеть:</b> способами целеполагания и методами постановки цели и определения соответствующих задачи</p>
<p><b>ПК-3</b> Способность проводить предпроектные дизайнерские исследования</p>	<p><b>ПК-3.2.</b> Выполняет изучение потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Уметь:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Владеть:</b> навыком изучения потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
<p><b>ПК-5</b> Способность осуществлять экспертную деятельность по вопросам качества изготовления объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>ПК-5.1.</b> Осуществляет выбор показателей и средств контроля качества изготовления объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> нормативные документы в области качества объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; показатели и средства контроля качества изготовления в производстве системы визуальной информации, идентификации и коммуникации и ее составляющих <b>Уметь:</b> применять показатели и средства контроля качества воспроизведения системы визуальной информации, идентификации и коммуникации для авторского надзора за их изготовлением в производстве <b>Владеть:</b> навыком выбора и применения показателей и средств контроля качества воспроизведения системы визуальной информации, идентификации и коммуникации для авторского надзора за их изготовлением в производстве</p>
	<p><b>ПК-5.2.</b> Осуществляет подготовку заключения по результатам проверки качества изготовления проектируемого объекта визуальной информации,</p>	<p><b>Знать:</b> требования и правила оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Уметь:</b> оформлять отчет по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Владеть:</b> навыком оформления отчета по результатам проверки изготовления в</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
	идентификации и коммуникации	производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг проекта» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», составляет: 3 з.е./108 часов.

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
<b>Аудиторные занятия</b>	72
<i>в том числе:</i>	
Лекции	36
Практические занятия	36
Лабораторные работы	-
<b>Самостоятельная работа</b>	36
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
<b>Промежуточная аттестация:</b>	<b>Зачет с оценкой</b>
Вид	
Трудоемкость (час.)	-
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	<b>3 з.е./108 час.</b>

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Современная концепция маркетинга в управлении проектами	9	9		9
2	Маркетинговые исследования в рамках управления проектами	9	9		9
3	Формирование концепции маркетинга проекта	9	9		9
4	Реализация концепции маркетинга проекта	9	9		9
<b>Итого (часов)</b>		<b>36</b>	<b>36</b>		<b>36</b>
<b>Форма контроля:</b>		<b>Зачет с оценкой</b>			
<b>Всего по дисциплине:</b>		<b>3 з.е./108</b>			

## СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

### ***Тема №1. Современная концепция маркетинга в управлении проектами***

Современная концепция маркетинга в управлении проектами. Основы управления проектами. Понятие «проект» и его содержание. Проектный цикл. Этапы и стадии проектирования. Виды проектов. Понятие «управление проектами». Жизненный цикл проекта и его фазы. Участники маркетинговой проектной группы. Применение маркетинговых методов при управлении проектами. Вертикальная (содержательная) структура маркетинга. Горизонтальная (временная) структура маркетинга.

### ***Тема №2. Маркетинговые исследования в рамках управления проектами***

Понятие маркетинговых исследований в рамках управления проектом. Основы разработки маркетинговой стратегии проекта. Организация исследований. Внутренние исследования. Внешние исследования. Выявление возможных потребителей целевого продукта проекта. Анализ возможности замены производимой продукции новыми видами целевой продукции. Изучение структуры отраслей, обеспечивающих реализацию проекта сырьем, энергоресурсами, комплектующими изделиями, коммуникациями и т. д. Исследование экономических и социальных последствий реализации проекта.

### ***Тема №3. Формирование концепции маркетинга проекта***

Программа маркетинга проекта. Цели и задачи, отражающие основное назначение проекта. Комплекс проектных мероприятий по решению проблемы и реализации поставленных целей. Организация выполнения проектных мероприятий, т. е. увязка их по ресурсам и исполнителям для достижения целей проекта в ограниченный период времени и в рамках заданной стоимости и качества. Основные показатели проекта, в том числе показатели, характеризующие его эффективность. Управление рисками проекта.

### ***Тема №4. Реализация концепции маркетинга проекта***

Управление сбытом. Нововведения в систему сбыта. Управление продвижением. Управление торговой маркой. Управление рекламой. Управление ценой. Управление ценовыми показателями. Управление себестоимостью. Управление продукцией. Модернизация продукции. Диверсификация продуктового набора.

## 7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

### **8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:** Приложение 1.

### **9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **9.1. Рекомендуемая литература:**

1. Грошев И. В., Краснослободцев А. А. Системный бренд-менеджмент: учебник. М.: Юнити-Дана, 2015.

режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=117920](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117920)

2. Макашев М. О. Бренд: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2015. режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114390](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114390)

3. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114422](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422)

4. Чернатони Л., МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник. М.: Юнити-Дана, 2015.

*режим доступа:* [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=436697](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436697)

5. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2015.

*режим доступа:* [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=452896](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=452896)

6. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами: учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

*режим доступа:* [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114548](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114548)

7. Кент Т. Розничная торговля: учебник для студентов вузов / Т.Кент, О.Омар; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.

*режим доступа:* [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=117685](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117685)

8. Парамонова Т. Н., Красюк И. Н., Лукашевич В. В. Маркетинг торгового предприятия: учебник - Москва: Дашков и К°, 2020.

*режим доступа:* [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=573164](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573164)

9. Синяева И.М. Маркетинг торговли: Учебник/ И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев – 4-е изд. – М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2015.

*режим доступа:* [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=453934](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453934)

## **9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

### **Лицензионное программное обеспечение:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

### **Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;

2. Браузер Yandex;

3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

## **9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online

2. Window.edu.ru – единое окно доступа к образовательным ресурсам

3. <https://uisrussia.msu.ru/> - база данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия

4. <http://xn--90agc6acgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»

5. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах. Она содержит данные от более чем 650 000 потребителей и специалистов в 31 стране. Сравнивает более 23 000 брендов. База данных используется для оценки бренда, и каждый год, начиная с 2006 года, используется для создания списка из 100 лучших мировых брендов.

6. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).



7. <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2019/> - база данных ТОП-100 самых дорогих брендов мира.

8. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж

9. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России

10. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда». Компания является ведущей независимой фирмой по оценке бренда и других нематериальных активов, а также стратегическим консультантом в области маркетинга и брендинга.

11. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникационных агентств России-ведущее и крупнейшее профессиональное объединение коммуникационных услуг России.

12. <http://www.akarussia.ru/node/5025> - база данных исследований Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)

13. <https://www.logaster.ru/> - Logaster — онлайн сервис для создания логотипов и элементов фирменного стиля

14. <https://realybiz.ru/> - сборник креативных идей для малого бизнеса.

15. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»

16. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals одной из самых крупных исследовательской ассоциации в области маркетинга

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Данные аудитории, а также помещения для самостоятельной работы студентов, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины, подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная;

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки;

в) наглядные пособия в цифровом виде, слайд-презентации, видеофильмы, макеты и т.д., которые применяются по необходимости в соответствии с темами (разделами) дисциплины;

г) персональные компьютеры, подключенные к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная;

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки;

в) персональные компьютеры, подключенные к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

## 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, зачетам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Изучение курса предполагает большой удельный вес самостоятельной работы студентов. Приступая к изучению данной учебной дисциплины, следует ознакомиться с предложенным преподавателем графиком учебного процесса, включающим самостоятельную работу. На основе этого графика вы можете четко планировать объем работы и свое время, необходимое для выполнения внеаудиторной работы, подготовки к практическим занятиям и контрольным формам обучения.

### ***Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины***

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

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

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме;

– в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

– в печатной форме;

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет дизайна и моды  
Кафедра менеджмента и маркетинга

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**Б1.О.13 «МАРКЕТИНГ ПРОЕКТА»**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн  
(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

*проектный*

**Направленность (профиль):**

«Графический дизайн»

**Форма обучения:**

очная

### Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p><b>УК-1</b> Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p><b>УК-1.1.</b> Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи</p>	<p><b>Знать:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи  <b>Уметь:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи  <b>Владеть:</b> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи</p>
<p><b>УК-2</b> Способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p><b>УК-2.1.</b> Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение</p>	<p><b>Знать:</b> основы целеполагания и принципы достижения целей  <b>Уметь:</b> формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели  <b>Владеть:</b> способами целеполагания и методами постановки цели и определения соответствующих задачи</p>
<p><b>ПК-3</b> Способность проводить предпроектные дизайнерские исследования</p>	<p><b>ПК-3.2.</b> Выполняет изучение потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации  <b>Уметь:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации  <b>Владеть:</b> навыком изучения потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
<p><b>ПК-5</b> Способность осуществлять экспертную деятельность по вопросам качества изготовления объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>ПК-5.1.</b> Осуществляет выбор показателей и средств контроля качества изготовления объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>Знать:</b> нормативные документы в области качества объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; показатели и средства контроля качества изготовления в производстве системы визуальной информации, идентификации и коммуникации и ее составляющих  <b>Уметь:</b> применять показатели и средства контроля качества воспроизведения системы визуальной информации, идентификации и коммуникации для авторского надзора за их изготовлением в производстве  <b>Владеть:</b> навыком выбора и применения показателей и средств контроля качества</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
		воспроизведения системы визуальной информации, идентификации и коммуникации для авторского надзора за их изготовлением в производстве
	<b>ПК-5.2.</b> Осуществляет подготовку заключения по результатам проверки качества изготовления проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	<b>Знать:</b> требования и правила оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Уметь:</b> оформлять отчет по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации <b>Владеть:</b> навыком оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

### Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p><b>Не знает:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи</p> <p><b>Не умеет:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи</p> <p><b>Не владеет:</b> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи</p>	<p><b>В целом знает:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи, но допускает существенные ошибки</p> <p><b>В целом умеет:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи, но часто испытывает затруднения</p> <p><b>В целом владеет:</b> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа</p>	<p><b>Знает:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи, но иногда допускает ошибки</p> <p><b>Умеет:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи, но иногда испытывает затруднения</p> <p><b>Владеет:</b> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения</p>	<p><b>Знает:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи</p> <p><b>Умеет:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи</p> <p><b>Владеет:</b> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи</p>

<b>Шкала оценивания</b>			
<b>неудовлетворительно</b>	<b>удовлетворительно</b>	<b>хорошо</b>	<b>отлично</b>
	для решения поставленной задачи, но часто испытывает затруднения	поставленной задачи, но иногда испытывает затруднения	
<p><b>Не знает:</b> основы целеполагания и принципы достижения целей</p> <p><b>Не умеет:</b> формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели</p> <p><b>Не владеет:</b> способами целеполагания и методами постановки цели и определения соответствующих задачи</p>	<p><b>Знает:</b> основы целеполагания и принципы достижения целей, но допускает существенные ошибки</p> <p><b>В целом умеет:</b> формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели, но часто испытывает затруднения</p> <p><b>В целом владеет:</b> способами целеполагания и методами постановки цели и определения соответствующих задачи, но часто испытывает затруднения</p>	<p><b>Знает:</b> основы целеполагания и принципы достижения целей, но иногда испытывает затруднения</p> <p><b>Умеет:</b> формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели, но иногда испытывает затруднения</p> <p><b>Владеет:</b> способами целеполагания и методами постановки цели и определения соответствующих задачи, но иногда испытывает затруднения</p>	<p><b>Знает:</b> основы целеполагания и принципы достижения целей</p> <p><b>Умеет:</b> формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели</p> <p><b>Владеет:</b> способами целеполагания и методами постановки цели и определения соответствующих задачи</p>
<p><b>Не знает:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Не умеет:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>В целом знает:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В целом умеет:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>Знает:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Умеет:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>В полном объеме знает:</b> приемы и принципы выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В полном объеме умеет:</b> выделять критерии оценки предпочтений целевой аудитории, на которую ориентированы проектируемые объекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>





<b>Шкала оценивания</b>			
<b>неудовлетворительно</b>	<b>удовлетворительно</b>	<b>хорошо</b>	<b>отлично</b>
производстве	коммуникации для авторского надзора за их изготовлением в производстве	производстве	авторского надзора за их изготовлением в производстве
<p><b>Не знает:</b> требования и правила оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Не умеет:</b> оформлять отчет по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Не владеет:</b> навыком оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>В целом знает:</b> требования и правила оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В целом умеет:</b> оформлять отчет по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В целом владеет:</b> навыком оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>Знает:</b> требования и правила оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Умеет:</b> оформлять отчет по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>Владеет:</b> навыком оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p><b>В полном объеме знает:</b> требования и правила оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В полном объеме умеет:</b> оформлять отчет по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p><b>В полном объеме владеет:</b> навыком оформления отчета по результатам проверки изготовления в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>

### *Оценочные средства*

#### Задания для текущего контроля

##### **Пример теста:**

1. Основными признаками проекта являются:
  - а) повторяемость, отсутствие конкретного заказчика
  - б) новизна, ограниченность во времени, множественность и сложность задач
  - в) наличие нескольких целей, однородность персонала, определенность сроков и затрат
  
2. Основное содержание фазы реализации проекта:
  - а) испытания и опытная эксплуатация, сдача проекта в эксплуатацию

б) оперативное планирование и контроль работ, детальное проектирование, разработка плана поставки ресурсов

в) определение структуры работ, выбор руководителя и команды проекта, построение календарного графика работ

3. На какую фазу жизненного цикла проекта приходится максимальный объем затрачиваемых усилий:

а) начальная фаза

б) фаза планирования и разработки

в) фаза реализации

4. Организационной структурой, наиболее подходящей для проектно - ориентированной организации:

а) функциональная

б) матричная

в) проектная

5. Каковы полномочия руководителя проекта в рамках сбалансированной матричной организационной структуры управления проектом:

а) от слабых до средних

б) ограниченные

в) от средних до сильных

6. Заказчик проекта – это:

а) автор главной идеи проекта

б) участник проекта, которому делегированы полномочия по руководству работами по проекту

в) главный участник проекта, будущий пользователь его результатов

7. Декомпозиция целей проекта – это:

а) иерархическая структура проекта, состоящая из нескольких уровней подпроектов и пакетов работ

б) матрица, описывающая распределение ответственности за реализацию каждой из работ проекта

в) горизонтальная линейная диаграмма, на которой задачи проекта представлены протяженными во времени отрезками

8. Основанием декомпозиции могут служить:

а) компоненты товара

б) этапы жизненного цикла проекта

в) подразделения организационной структуры предприятия

9. Матрица ответственности представляет собой:

а) описание распределения ответственности за реализацию каждой из работ по проекту

б) описание распределения финансовых ресурсов проекта по его фазам

в) описание сроков выполнения работ по проекту

10. График Ганта – это:

а) круговая диаграмма, описывающая распределение времени реализации проекта по фазам

- б) горизонтальная линейная диаграмма, представляющая задачи проекта протяженными во времени отрезками
- в) график, отражающий распределение финансовых ресурсов проекта между его участниками

11. На сетевом графике отображаются:

- а) участники проекта
- б) функции проекта
- в) работы проекта

12. При построении сетевого графика событиями называются:

- а) выполнение некоторого мероприятия
- б) начальные и конечные точки работы
- в) работы, обозначающие предыдущие взаимоотношения

13. Критический путь – это:

- а) самый длинный путь на сетевом графике от исходного до завершающего события
- б) самый короткий путь на сетевом графике от исходного до завершающего события
- в) оптимальный путь на сетевом графике от исходного до завершающего события

14. Особенность метода ПЕРТ состоит в:

- а) учете вероятности продолжительности работ по проекту
- б) учете возможности изменения продолжительности работ по проекту
- в) учете вероятности совершения работ по проекту

15. Продолжительность фиктивной операции на сетевом графике:

- а) зависит от продолжительности предыдущей операции
- б) равна нулю
- в) определяется как средняя от продолжительности всех операций проекта

16. Контроль всех технических аспектов проекта осуществляет:

- а) руководитель команды проекта
- б) главный инженер проекта
- в) администратор проекта

17. Разновидности матричной структуры отличаются друг от друга:

- а) полнотой полномочий руководителя проекта
- б) количеством сотрудников, вовлеченных в проект
- в) размером бюджета проекта

18. Недостатком графика Ганта является:

- а) сложные условные обозначения
- б) необходимость внесения постоянных изменений
- в) громоздкость в случае работы в сложных проектах

19. Использование метода критического пути полезно для проектов, где обязательным условием является:

- а) завершение проекта в срок
- б) завершение проекта в рамках первоначально утвержденного бюджета
- в) реализация проектов с соблюдением стандартов качества

20. Функция управления рисками проекта реализуется:

- а) только в высокотехнологичных проектах
- б) во всех проектах
- в) только в дорогостоящих проектах

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

### **Промежуточная аттестация**

#### **Примерные вопросы к зачету с оценкой:**

1. Современная концепция маркетинга в управлении проектами.
2. Основы управления проектами.
3. Понятие «проект» и его содержание.
4. Проектный цикл.
5. Этапы и стадии проектирования.
6. Виды проектов.
7. Понятие «управление проектами».
8. Жизненный цикл проекта и его фазы.
9. Участники маркетинговой проектной группы.
10. Применение маркетинговых методов при управлении проектами.
11. Вертикальная (содержательная) структура маркетинга.
12. Горизонтальная (временная) структура маркетинга.
13. Понятие маркетинговых исследований в рамках управления проектом.
14. Основы разработки маркетинговой стратегии проекта.
15. Организация исследований.
16. Внутренние исследования.
17. Внешние исследования.
18. Выявление возможных потребителей целевого продукта проекта.
19. Анализ возможности и экономическая целесообразность замены производимой продукции новыми видами целевой продукции.
20. Изучение структуры отраслей, обеспечивающих реализацию проекта сырьем, энергоресурсами, комплектующими изделиями, коммуникациями и т. д.
21. Исследование экономических и социальных последствий реализации проекта.
22. Программа маркетинга проекта.
23. Цели и задачи, отражающие основное назначение проекта.
24. Комплекс проектных мероприятий по решению проблемы и реализации поставленных целей.
25. Организация выполнения проектных мероприятий.
26. Основные показатели проекта, в том числе показатели, характеризующие его эффективность.
27. Управление рисками проекта.
28. Управление сбытом.
29. Нововведения в систему сбыта.
30. Управление продвижением.
31. Управление торговой маркой.
32. Управление рекламой.

- 33. Управление ценой.
- 34. Управление себестоимостью.
- 35. Управление продукцией.

### Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	2-балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	Зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания. 2. Аргументированность выводов. 3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, подкрепить аргументированными выводами, обобщить материал, дать полные развернутые ответы на вопросы
Хорошо			глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, подкрепленные аргументированными выводами, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно			знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик: Матюшкин Вадим Сергеевич – кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (Протокол заседания кафедры № 6 от «22» января 2021 г.).