

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра торгового дела и  
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра торгового дела и  
маркетинга**

наименование кафедры

**Ю.Ю. Сулова**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
ПРОЕКТИРОВАНИЕ**

Дисциплина Б1.В.17 Маркетинговое проектирование

Направление подготовки /  
специальность 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки  
38.03.06.02 "Маркетинг в торговой  
деятельности"

Направленность  
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2018

Красноярск 2021

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

---

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки 38.03.06.02

---

"Маркетинг в торговой деятельности"

---

очная форма обучения

---

2018 год набора

---

Программу  
составили

ст. преподаватель, О.С. Веремеенко

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель курса “Маркетинговое проектирование” – изучение теоретических основ, системы современных знаний о принципах и методах планирования, организации и контроля выполнения проектов в организации, а также формирование навыков использования современного инструментария при планировании и оценке маркетинговых проектов.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачами курса является:

–ознакомление студентов с концепцией и методами управления проектами, используемыми в отечественной и зарубежной практике;

–развитие навыков исследовательской и творческой работы, экономического моделирования проектов с применением программных средств.

–развитие навыков применения инструментария проектного управления при планировании и реализации маркетинговой деятельности.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

<b>ДПК-4:способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием информационных технологий</b>	
Уровень 1	- принципы и особенности разработки маркетинговых проектов
Уровень 1	-оценивать внутренние и внешние ресурсы стартапа
Уровень 1	- навыками использования инструментария в проектной маркетинговой деятельности
Уровень 2	- способностью контролировать процесс реализации стартапов
<b>ДПК-5:готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности</b>	
Уровень 1	- формы и процедуры реализации проектов в области маркетинговой деятельности
Уровень 1	- реализовывать проекты в области маркетинговой деятельности
Уровень 1	- реализовывать проекты в области маркетинговой деятельности
<b>ПК-11:способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</b>	
Уровень 1	- теоретические основы организации маркетинговых стартапов; -инновационные методы, средства организации маркетинговой деятельности и особенности их применения

Уровень 1	- оценивать эффективность стартапов
Уровень 1	- методами оценки эффективности осуществления инноваций в области маркетинговой деятельности

#### 1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Курс «Маркетинговое проектирование» соответствует Государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» третьего поколения.

«Маркетинговое проектирование» (Б1.В.17) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.02 «Маркетинг в торговой деятельности» (уровень академический бакалавриат), входит в Блок 1 вариативной части обязательных дисциплин. Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих курсов: Маркетинг, Маркетинговые исследования.

Дисциплины, для которых освоение дисциплины «Маркетинговое проектирование» необходимо как предшествующее: Стратегический маркетинг.

#### 1.5 Особенности реализации дисциплины Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		8
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>4 (144)</b>	<b>4 (144)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,06 (38)</b>	<b>1,06 (38)</b>
занятия лекционного типа	0,28 (10)	0,28 (10)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия		
практикумы		
лабораторные работы	0,78 (28)	0,78 (28)
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,94 (70)</b>	<b>1,94 (70)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>	<b>1 (36)</b>

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Раздел 1. Основы маркетингового проектирования	4	0	14	34	ДПК-4 ДПК-5 ПК-11
2	Раздел 2. Виды и структура маркетинговых проектов	6	0	14	36	ДПК-4 ДПК-5 ПК-11
Всего		10	0	28	70	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	История и концепция управления проектами	2	0	0
2	1	Разработка проекта	2	0	0
3	2	Маркетинговые проекты	4	0	0
4	2	Оценка эффективности проектов	2	0	0
Всего			10	0	0

#### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

Всего				
-------	--	--	--	--

### 3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	История и концепция управления проектами	6	0	0
2	1	Разработка проекта	8	0	0
3	2	Маркетинговые проекты	6	0	0
4	2	Оценка эффективности проектов	8	0	0
Всего			28	0	0

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Нуралиев С. У., Нуралиева Д. С.	Маркетинг: учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент", "Торговое дело" (квалификация "бакалавр")	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016
Л1.2	Годин А. М.	Маркетинг	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013
Л1.3	Мамонтов С. А., Глебова Н. М.	Управление маркетинговыми проектами на предприятии: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015

Л1.4	Баринов В. А.	Организационное проектирование: Учебник	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2015
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Рычкова Н. В.	Маркетинговые инновации: учебное пособие по специальности "Маркетинг"	Москва: КНОРУС, 2016

## **7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Э1	Академия маркетинга	<a href="http://www.marketingacademy.ru">www.marketingacademy.ru</a>
Э2	Маркетинговые исследования	<a href="http://www.kartel-upgro.ru">www.kartel-upgro.ru</a>
Э3	Гильдия маркетологов	<a href="http://www.marketologi.ru">www.marketologi.ru</a>
Э4	Ивент–маркетинг	<a href="http://www.event-marketing.ru">www.event-marketing.ru</a>
Э5	Маркетинг журнал 4p	<a href="http://www.4p.ru">www.4p.ru</a>
Э6	Маркетинговые исследования и аналитические материалы	<a href="http://www.russianmarket.ru">www.russianmarket.ru</a>
Э7		

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Эффективность образовательных технологий зависит от активных методов обучения. Среди современных интерактивных методов обучения предусмотрены: лекции-презентации, учебные групповые дискуссии, методы анализа профессиональных ситуаций (кейсовая технология), деловые игры, ситуационные задачи и др. Активные методы носят элементы существенного приближения учебного процесса к практической профессиональной деятельности, тем самым способствуют формированию и оцениванию общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося.

Формы организации учебного процесса по дисциплине «Маркетинговое проектирование»:

### 1. Лекции.

Главная задача лекционных занятий по дисциплине «Маркетинговое проектирование» - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

### 2. Практические занятия.

Практические занятия предназначены для углубленного изучения дисциплины «Маркетинговое проектирование». На практических

занятиях идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

Для успешного овладения приемами решения конкретных задач студенту предоставляется возможность предварительного ознакомления с методикой решения задач с помощью материалов по методике решения задач, содержащихся в лекциях. Далее студенту предлагаются типовые задачи, решение которых позволяет отработать стереотипные приемы, используемые при решении задач, осознать связь между полученными теоретическими знаниями и конкретными проблемами, на решение которых они направлены.

### 3. Семинарские занятия.

Семинарские занятия по дисциплине «Маркетинговое проектирование» формируют исследовательский подход к изучению учебного материала. Главной целью семинаров является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка.

### 4. Контроль качества знаний.

Представляет собой проверку результатов учебно-познавательной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины «Маркетинговое проектирование».

Итоговый контроль знаний студентов включает экзамен (итоговая аттестация по дисциплине).

### 5. Самостоятельная работа студентов.

СРС по дисциплине «Маркетинговое проектирование» включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к семинарским или практическим работам, самостоятельную работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом для освоения теоретических знаний.

Взаимосвязь аудиторной и самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Маркетинговое проектирование» заключается в необходимости подготовки студентов к семинарским и практическим занятиям, включая дополнение текстов лекций по дисциплине, написание рефератов по проблемным вопросам маркетинга, разработка маркетинговых проектов.

Рекомендуемые формы текущего контроля ставят своей целью закрепление теоретических вопросов, рассмотренных на лекциях, углубление знаний по отдельным вопросам дисциплины и получение навыков организации самостоятельной исследовательской работы. Подготовка студентом доклада, выступления, реферата предполагает самостоятельный выбор индивидуального задания в рамках темы семинарского занятия, подбор дополнительной литературы по теме, ее

изучение, подготовка сообщения на семинаре, участие в общей дискуссии.

Успешная защита реферата и проекта является обязательным условием допуска студента к экзамену по дисциплине.

Текущей формой контроля является устный опрос в процессе семинарских и практических занятий, письменные экспресс-опросы.

В ходе изучения дисциплины также по отдельным темам могут применяться такие формы текущего контроля, как тестирование по разделам, написание контрольных, самостоятельных работ, проведение коллоквиума.

Индивидуальная работа со студентами заключается в персональном общении преподавателя со студентом внеаудиторных часов по следующим проблемам:

1.Обобщение и разъяснение наиболее сложных сегментов пройденного материала.

2.консультации студентов по решению расчетных задач.

3.Консультации для подготовки докладов на семинарские занятия.

4.Представление дополнительных знаний по проблемам, не входящим в основной материал курса.

5.Помощь в углубленном изучении материала курса студентам, занимающимся научными исследованиями и по индивидуальным планам обучения.

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

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа.

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

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

9.1.1	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
9.1.2	
9.1.3	Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
9.1.4	
9.1.5	Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021
9.1.6	
9.1.7	

## 9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Бакалаврам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
9.2.2	Российские электронные научные журналы и базы данных
9.2.3	ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
9.2.4	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
9.2.5	Университетская библиотека онлайн: <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>
9.2.6	ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <a href="http://grebennikon.ru">http://grebennikon.ru</a>
9.2.7	Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <a href="http://dvs.rsl.ru">http://dvs.rsl.ru</a> (доступ к полному тексту), <a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> (доступ к каталогу)
9.2.8	Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <a href="http://www.znaniium.com">http://www.znaniium.com</a>
9.2.9	Электронно-библиотечная система «Лань»: <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>
9.2.1 0	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»: <a href="http://rucont.ru">http://rucont.ru</a>
9.2.1 1	Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <a href="http://elcat.kgtei.ru:82/">http://elcat.kgtei.ru:82/</a>
9.2.1 2	Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
9.2.1 3	Cambridge University Press: <a href="http://www.journals.cambridge.org">http://www.journals.cambridge.org</a>
9.2.1 4	Biological & Agricultural Index Plus: <a href="http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus">http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus</a>
9.2.1 5	Books24x7: <a href="http://library.books24x7.com/library.asp?">http://library.books24x7.com/library.asp?</a>
9.2.1 6	EBSCO Publishing: <a href="http://search.ebscohost.com">http://search.ebscohost.com</a>
9.2.1 7	Euromonitor International: <a href="http://www.portal.euromonitor.com">http://www.portal.euromonitor.com</a>
9.2.1 8	Journal Citation Reports (JCR): <a href="http://isiknowledge.com">http://isiknowledge.com</a>
9.2.1 9	E Complete: <a href="http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete">http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete</a>

9.2.2 0	Oxford Journals: <a href="http://www.oxfordjournals.org">http://www.oxfordjournals.org</a>
9.2.2 1	Science/AAAS: <a href="http://www.sciencemag.org">http://www.sciencemag.org</a>
9.2.2 2	Scopus: <a href="http://www.scopus.com">http://www.scopus.com</a>
9.2.2 3	Web of Science: <a href="http://isiknowledge.com">http://isiknowledge.com</a>
9.2.2 4	Elsevier (журналы открытого доступа): <a href="http://sciencedirect.com">http://sciencedirect.com</a>
9.2.2 5	Локальные базы данных
9.2.2 6	Электронный каталог НБ СФУ;
9.2.2 7	Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
9.2.2 8	Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
9.2.2 9	1. <a href="http://www.aup.ru">www.aup.ru</a> – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
9.2.3 0	2. <a href="http://www.businesspress.ru">www.businesspress.ru</a> - Деловая пресса. Электронные газеты
9.2.3 1	3. <a href="http://www.ko.ru/">http://www.ko.ru/</a> - журнал «Компания»
9.2.3 2	4. <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> - «Консультант Плюс»
9.2.3 3	5. <a href="http://www.devbusiness.ru">www.devbusiness.ru</a> – Развитие бизнеса.Ру
9.2.3 4	6. <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> - Федеральная служба государственной статистики
9.2.3 5	7. <a href="http://www.rbc.ru">www.rbc.ru</a> – РосБизнесКонсалтинг
9.2.3 6	8. <a href="http://www.retail.ru/">http://www.retail.ru/</a> - Все о розничной торговле
9.2.3 7	9. <a href="http://www.russianmarket.ru">www.russianmarket.ru</a> – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
9.2.3 8	10. <a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a> – Реклама, маркетинг, PR
9.2.3 9	
9.2.4 0	На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.

## **10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).