

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор УВШЭУ

Гамилова Д. А.

(подпись)

29.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

(51870) Практики реализации маркетинговых проектов (Проектный семинар)

Направление подготовки (специальность): **38.04.02 Менеджмент**

Направленность: **магистерская программа «Экономика и управление в нефтегазовом бизнесе»**

Уровень высшего образования: **магистратура**

Форма обучения: **очная;**

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: **Уфимская высшая школа экономики и управления (УВШЭУ);**

Трудоемкость дисциплины: **5 з.е. (180час)**

Уфа 2023

Рабочую программу дисциплины разработал(и):

_____ доцент, к.эн. Бирюкова В. В.

Рецензент

_____ доцент, к.эн. Сайфуллина С. Ф.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Уфимская высшая школа экономики и управления (УВШЭУ);, обеспечивающей преподавание дисциплины 24.04.2023, протокол №8.

Заведующий кафедрой

Уфимская высшая школа экономики и управления (УВШЭУ)_____ Гамилова Д. А.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой УВШЭУ_____ Гамилова Д. А.

Год приема 2023 г.

Рабочая программа зарегистрирована 08.06.2023 № 6 в ОПЛА и внесена в электронную базу данных

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины, предшествующие изучению данной дисциплины (исходя из формирования этапов по компетенциям): Корпоративный стартап (Проектный семинар);Маркетинговая аналитика;Научно-исследовательская работа;Разработка маркетинговых стратегий и планов;Современные технологии в маркетинге;Стратегии брендинга и бренд-менеджмента

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее (исходя из формирования этапов по компетенциям):

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули);

Обязательная или часть, формируемая участниками образовательных отношений (в том числе элективные дисциплины): Часть, формируемая участниками образовательных отношений;

Форма обучения: очная

Семестр, в котором преподается дисциплина	Трудоемкость дисциплины				Вид промежу- точной аттестации
	Зачет- ные едини- цы	Часы			
		Общая	В том числе		
			контакт- ная	СРО	
3	3	8	8	0	диф.зачет;
4	2	2	2	0	диф.зачет;
ИТОГО:	5	10	10	0	

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

№ пп.	Формируемые компетенции	Шифр/ индекс компетен- ции
1	МЭК120-23 Способен организовывать и развивать работу маркетинговой службы, с использованием инструментов маркетинга реализовывать проекты и программы и оценивать их эффективность, готовить аналитические и информационные материалы для руководства компаний в рамках стратегии развития нефтегазового бизнеса	ПК-3--2
2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2-23-3

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Шифр компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Шифр результата обучения	Результат обучения
УК-2-23	УК-2.1 Способен разрабатывать проектные инициативы и обеспечивать их реализацию, подготавливать требуемую документацию	З(УК-2-23)	Знать: знает основные методики управления проектами
		У(УК-2-23)	Уметь: умеет разрабатывать проектные инициативы
		В(УК-2-23)	Владеть: владеет инструментарием для разработки проектной инициативы и обеспечивает реализацию
ПК-3-	ПК-3.2 Демонстрирует способность определять и применять современные маркетинговые технологии для повышения результативности маркетинговой деятельности ПК-3.5 Формирует проблемный пул проекта, анализирует и прогнозирует развитие рыночной среды для заинтересованных сторон, разрабатывает бюджет и проводит оценку результативности маркетинговых проектов и программ ПК-3.4 Проводит комплексное исследование отраслевого рынка, оценивает уровень конкурентной борьбы, составляет обзоры конъюнктуры рынка и формирует маркетинговые метрики в рамках стратегического развития бизнеса	З(ПК-3-)	Знать: Знает основные концепции и инструменты маркетинга для проведения анализа
		У(ПК-3-)	Уметь: умеет проводить анализ прогнозировать результаты маркетинговой службы в рамках стратегии организации
		В(ПК-3-)	Владеть: владеет инструментарием для организации и развития маркетинговой службы

3. Структура дисциплины

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость (всего и по семестрам, в часах)

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Всего и по семестрам, часы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Контактная работа, всего в	62			32	30								

том числе:													
лекции (всего)	0												
-в т.ч. лекции on-line курс	0												
практические занятия (ПЗ)	0												
-в т.ч. практические занятия on-line курс	0												
лабораторные работы (ЛР)	0												
контролируемая самостоятельная работа (защита курсового проекта, курсовой работы и др. работ (при наличии))	6			6									
-в т.ч. лабораторные работы on-line курс	0												
иная контактная работа (сдача зачета, экзамена, консультации)	4			2	2								
проектная деятельность (ПД)	52			24	28								
Самостоятельная работа обучающихся (СРО), всего в том числе: (указать конкретный вид СРО)	118			76	42								
выполнение и подготовка к защите курсового проекта или курсовой работы	30			30									
выполнение и подготовка к защите РГР работы, реферата, патентных исследований, аналитических исследований и т.п	0												
изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	0												
подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	0												
подготовка к сдаче зачета, экзамена	0			0	0								
иные виды работ обучающегося (при наличии)	0												
освоение on-line курса	0												
самостоятельная проектная деятельность (СПД)	118			76	42								
ИТОГО ПО ДИСЦИПЛИНЕ	180			108	72								

4. Содержание дисциплины

4.1. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий (в часах)

Форма обучения: очная

(раздела)Номер темы	Название темы (раздела)	Семестр	Трудоемкость, часы					Шифр результата обучения
			Л	ПЗ	ЛР	СРО	Всего	
1	Проектирование маркетинговых исследований	3		24		76	100	З(УК-2-23) З(ПК-3-)
2	Обоснование эффективности маркетингового проекта	4		28		42	70	У(УК-2-23) У(ПК-3-) В(УК-2-23) В(ПК-3-)
	ИТОГО:			52		118	170	

4.4. Перечень практических занятий

Номер раздела	№ ПЗ	Тема практического занятия	Трудоемкость, часы		
			очная	очно-заочная	заочная
1-Проектирование маркетинговых исследований	1	Проблематизация и формирование проектного пула маркетингового исследования 1. Провести анализ предметной области исследования, отраслевого рынка, определить и обосновать выявленную проблему. Рассмотреть варианты предлагаемых	8		

		направлений исследования/тем и провести дискуссии об их важности для современной нефтегазовой компании. 2. Конкретизировать (уточнить) тему исследования, провести анализ научно-практической/управленческой/методической проблемы, дать концептуальное обоснование выбора объекта дальнейших исследований. 3. Поставить цель и задачи исследования. Выбрать методы и средства её решения для достижения цели.			
1-Проектирование маркетинговых исследований	2	Проработка проблемы и разработка научно-практического решения 1. Проанализировать проблему объекта исследования. При анализе проблемы необходимо определить ее основные аспекты, такие как область проблемы, симптомы, последствия и факторы, влияющие на ее возникновение. Важно выделить также главные причи-	8		

		ны и потенци- альные воз- можности для улучшения си- туации. 2. Разра- ботать научно- практическое решение выяв- ленной пробле- мы объекта ис- следования.			
1-Проектирование маркетинговых исследований	3	Презентация проектного решения Цель практиче- ского занятия – овладеть навы- ками создания презентации разработанного проектного ре- шения.	8		
2-Обоснование эффективности маркетингового проекта	1	Описание тео- ретической значимости Описание тео- ретическую значимость для демонстрации новизны иссле- дования и до- казательства того, что в про- цессе работы получены принципиально новые научные итоги, методы, способы, ха- рактеристики, найлены взаи- мосвязи между объектами и явлениями.	2		
2-Обоснование эффективности маркетингового проекта	2	Описание практической значимости Описать прак- тическую зна- чимость: • обос- новать факт, кому и для чего потребуются результаты маркетингово- го проекта, ка- кими способа-	8		

		ми можно применять их на практике; • выстроить логические цепочки для подтверждения правильности сделанных выводов; • представить соответствие или опровержение поставленной научной гипотезе полученным результатам исследования; • представить результат экономического/ стратегического/ поведенческого эффекта маркетингового проекта; • оценить как изменятся ключевые показатели объекта исследования в результате внедрения разработанного научно-практического решения маркетингового проекта; • определить соответствие разработанного решения маркетингового проекта целям и стратегии развития нефтегазовой компании.			
2-Обоснование эффективности маркетингового проекта	3	Разработка процедуры внедрения предложенного научно-практического решения Разработка процедуры вне-	8		

		дрения предложенного научно-практического решения (системы, процедуры, процесса, метода) в практическую деятельность объекта исследования, указав что необходимо учитывать при внедрении, в каких сегментах (сферах, отраслях, моментах и пр.) уместно разработанное решение и к чему оно может привести.			
2-Обоснование эффективности маркетингового проекта	4	Интерпретация полученных данных и прогноз развития проекта Интерпретировать полученные данные и составить прогноз развития проекта.	8		
2-Обоснование эффективности маркетингового проекта	5	Презентация полученных результатов Презентация полученных результатов работы	2		
-		ИТОГО:	52		

4.5. Виды СРО

Номер раздела	Вид СРО	Трудоемкость, часы		
		очная	очно-заочная	заочная
1-Проектирование маркетинговых исследований	самостоятельная проектная деятельность (СПД)	76		
2-Обоснование эффективности маркетингового проекта	самостоятельная проектная дея-	42		

	тельность (СПД)			
-	ИТОГО:	118		

Темы для самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1. Проектирование маркетинговых исследований

1. Маркетинговые технологии.
2. Проблемное поле проекта.
3. Комплексный метод исследования.
4. Информационные маркетинговые системы.

Раздел 2. Обоснование эффективности маркетингового проекта

1. Анализ рынка и стратегия маркетинга.
2. Инструменты оценки эффективности исследовательских проектов.
3. Методы оценки эффективности исследовательских проектов.

5. Формы текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации

Перечень оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине приведен Фонде оценочных средств (приложение Б).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Сведения об обеспеченности дисциплины основной, дополнительной и учебно-методической литературой приведены в формах № 1-УЛ и № 2-УЛ (приложение А).

6.2. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины

Названия современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины	Ссылки на официальные сайты
Информационно-правовой портал «Гарант»	http://www.garant.ru
Министерство экономического развития Российской Федерации	http://economy.gov.ru/minec/main
Научная электронная библиотека Elibrary	https://elibrary.ru
Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
ЦДУ ТЭК	http://www.cdu.ru
ЭБС Лань	https://e.lanbook.com/
ЭБС Национальная электронная библиотека	https://rusneb.ru/
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	https://biblioclub.ru/
Электронная библиотека УГНТУ	http://www.bibl.rusoil.net

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1. Перечень специальных аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр., используемых при реализации дисциплины с перечнем основного оборудования

№ пп.	Номер помещения	Оснащенность помещения (перечень основного оборудования)	Наименование помещения
1	1-420в	Компьютер Intel Core 2 Duo E8200(1);Компьютер WIN i3-550(2);Компьютер персональный i3-4170/21,5" PHILIPS 226V4LAB(1);МФУ hp Laser Jet Pro M1536dnf<CE538A>A4(1);Монитор 19" Acer(1);Монитор ASUS VA24DQ Black 23,8", шт(3);Сервисное устройство для очистки Katun 3 м(1);Системный блок CRONA:i7 11700/DDR4 2*16GB/SSD 250Gb Samsung/HDD 1Tb/600W(3);Шкаф(ы) для хранения	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
2	2в-203	Компьютер i3-3220 K1 BenQ 21,5"(1);Монитор 17 " Acer AL 1717(1);Монитор 19" Acer AL 1917 NSD(1);Проектор EPSON EB-970 (V11H865040)(1);Проектор Sony VPL-CX125 LCD(1);Системный блок 3 ПЭВМ Кламас Powerman 450W\i3-7100\GT 730 2048Mb(1);Системный блок INWIN 450W\i3-7100Box\Asus H110M-R(2);Системный блок INWIN EC022 450W\i3-7100\ASUS H110M-R(3);Экран настенный ScreenMedia Champion 203*153(1);Экран с электропривод. (1);Экран с электроприводом DRAPER 120"(1);Столы, стулья	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения.
3	2в-203	Компьютер i3-3220 K1 BenQ 21,5"(1);Монитор 17 " Acer AL 1717(1);Монитор 19" Acer AL 1917 NSD(1);Проектор EPSON EB-970 (V11H865040)(1);Проектор Sony VPL-CX125 LCD(1);Системный блок 3 ПЭВМ Кламас Powerman 450W\i3-7100\GT 730 2048Mb(1);Системный блок INWIN 450W\i3-7100Box\Asus H110M-R(2);Системный блок INWIN EC022 450W\i3-7100\ASUS H110M-R(3);Экран настенный ScreenMedia Champion 203*153(1);Экран с электропривод. (1);Экран с электроприводом DRAPER 120"(1);Столы, стулья	Учебная аудитория для проведения курсового проектирования – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения
4	2в-203	Компьютер i3-3220 K1 BenQ 21,5"(1);Монитор 17 " Acer AL 1717(1);Монитор 19" Acer AL 1917 NSD(1);Проектор EPSON EB-970 (V11H865040)(1);Проектор Sony VPL-CX125 LCD(1);Системный блок 3 ПЭВМ Кламас Powerman 450W\i3-7100\GT 730 2048Mb(1);Системный блок INWIN 450W\i3-7100Box\Asus H110M-R(2);Системный блок INWIN EC022 450W\i3-7100\ASUS	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

7.2. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, используемых в учебном процессе при освоении дисциплины

№ пп.	Наименование ПО	Лицензионная чистота (реквизиты лицензии, свидетельства о гос. регистрации и т.п., срок действия)
1	Microsoft Office	Дата выдачи лицензии 01.01.2007
2	Office Professional Plus 2010 MICROSOFT	Дата выдачи лицензии 26.11.2012
3	Office Standard 2013 Single OLP NL AcademicEdition	Дата выдачи лицензии 17.12.2013, Поставщик: ЗАО "СофтЛайн Трейд"

8. Организация обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся по данной образовательной программе, разрабатывается индивидуальная программа освоения дисциплины с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Приложение А

Форма № УЛ-1

СВЕДЕНИЯ

об обеспеченности дисциплины основной и дополнительной учебной литературой

Наименование дисциплины: (51870)(51870)Практики реализации маркетинговых проектов (Проектный семинар)

Направление подготовки (специальность): 38.04.02 Менеджмент

Направленность: магистерская программа «Экономика и управление в нефтегазовом бизнесе»

Форма обучения: очная;

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Уфимская высшая школа экономики и управления (УВШЭУ);

Тип	Назначение учебных изда- ний	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.	Адрес нахождения электронного	Кoeffициент
		очная	очно-заочная	заочная				
1	2	3	4	5	6	7	8	9

Основная литература	Для выполнения курсовых работ (проектов); Для проектной деятельности;	3,4			Гамилова, Д. А. Стратегическое развитие : электронный учебно-методический комплекс для магистрантов очной формы обучения по программе "Стратегический менеджмент". Направление подготовки 080200 "Менеджмент" / Д. А. Гамилова ; рец.: Н. А. Галимуллина, И. В. Буренина ; УГНТУ, каф. ЭНПП, ОДПМО. - Уфа : Изд-во УГНТУ, 2014. - URL: http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/ODPMO/Gamilova/index.htm . - Текст : электронный.	1	http://bibl.rusoil.net	1.00
Основная литература	Для выполнения курсовых работ (проектов); Для проектной деятельности;	3,4			Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1078335 (дата обращения: 20.10.2023).	1	http://www.znanium.com	1.00
Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 7 и 9 - библиотекой								

Составил:

_____ доцент, к.эн. Бирюкова В. В.

Год приема 2023 г.

СВЕДЕНИЯ**об обеспеченности дисциплины учебно-методическими изданиями**

Наименование дисциплины: (51870)(51870)Практики реализации маркетинговых проектов (Проектный семинар)

Направление подготовки (специальность): 38.04.02 Менеджмент

Направленность магистерская программа «Экономика и управление в нефтегазовом бизнесе»

Форма обучения очная;

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Уфимская высшая школа экономики и управления (УВШЭУ);

Назначение учебных изданий	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.		Адрес нахождения электронного	Коэффициент
	очная	очно-заочная	заочная		Всего	в том числе		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Для выполнения курсовых работ (проектов); Для проектной деятельности;	3,4			Практики реализации маркетинговых проектов : учебно-методическое пособие для выполнения проектного семинара, курсового проекта и самостоятельной работы / УГНТУ, УВШЭУ ; сост.: В. В. Бирюкова, М. В. Герасимова. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 788,51 Кб. - URL: http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/UVSHEU/Biriukova17597.pdf . - Текст : электронный.	1	0	http://bibl.rusoil.net	1.00

Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 6,7 и 9 - библиотекой

Составил:

_____ доцент, к.эн. Бирюкова В. В.

Год приема 2023 г.

Приложение Б

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор УВШЭУ

_____ Гамилова Д. А.
29.06.2023

**Фонд оценочных средств по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
(51870) Практики реализации маркетинговых проектов (Проектный семинар)**

Направление подготовки (специальность): 38.04.02 Менеджмент

Направленность: магистерская программа «Экономика и управление в нефтегазовом бизнесе»

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Уфимская высшая школа экономики и управления (УВШЭУ);

Трудоемкость дисциплины: 5 з.е. (180час)

Уфа 2023

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разработал (и):

_____ доцент, к.эн. Бирюкова В. В.

—
Рецензент

_____ доцент, к.эн. Сайфуллина С. Ф.

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине рассмотрен и одобрен на заседании кафедры Уфимская высшая школа экономики и управления (УВШЭУ);, обеспечивающей преподавание дисциплины 24.04.2023, протокол №8.

Заведующий кафедрой Уфимская высшая школа экономики и управления (УВШЭУ); _____ Гамилова Д. А.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой УВШЭУ _____ Гамилова Д. А.

Год приема 2023 г.

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
зарегистрирован 08.06.2023 № 6 в отделе МСОП и внесен в электронную базу данных

1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Шифр результата обучения	Результат обучения	Индикатор достижения компетенций	Показатели достижения результатов освоения компетенций	Вид оценочного средства
1	Проектирование маркетинговых исследований	3(ПК-3-)	Знает основные концепции и инструменты маркетинга для проведения анализа	ПК-3.2 Демонстрирует способность определять и применять современные маркетинговые технологии для повышения результативности маркетинговой деятельности	Называет современные маркетинговые технологии, которые способны повысить эффективность деятельности маркетинговых проектов	Письменный и устный опрос
				ПК-3.4 Проводит комплексное исследование отраслевого рынка, оценивает уровень конкурентной борьбы, составляет обзоры конъюнктуры рынка и формирует маркетинговые метрики в рамках стратегического развития бизнеса	Называет основные этапы проведения комплексного исследования рынка	Письменный и устный опрос
				ПК-3.5 Формирует проблемный пул проекта, анализирует и прогнозирует развитие рыночной среды для заинтересованных сторон, разрабатывает бюджет и проводит оценку результативности маркетинговых проектов и программ	Называет основные методы формирования проектного пула проекта	Письменный и устный опрос

		З(УК-2-23)	знает основные методики управления проектами	УК-2.1 Способен разрабатывать проектные инициативы и обеспечивать их реализацию, подготавливать требуемую документацию	знает основные направления деятельности маркетинговой службы	Письменный и устный опрос
5	Обоснование эффективности маркетингового проекта	В(ПК-3-)	Знает основные концепции и инструменты маркетинга для проведения анализа	ПК-3.2 Демонстрирует способность определять и применять современные маркетинговые технологии для повышения результативности маркетинговой деятельности	Разрабатывает решения с применением маркетинговых технологий для повышения эффективности деятельности маркетинговой службы	Письменный и устный опрос Проект
				ПК-3.4 Проводит комплексное исследование отраслевого рынка, оценивает уровень конкурентной борьбы, составляет обзоры конъюнктуры рынка и формирует маркетинговые метрики в рамках стратегического развития бизнеса	Реализует запуск научно-исследовательского маркетингового проекта	Письменный и устный опрос Проект
				ПК-3.5 Формирует проблемный пул проекта, анализирует и прогнозирует развитие рыночной среды для заинтересованных сторон, разрабатывает бюджет и проводит оценку результативности маркетинговых проектов и программ	Проводит анализ отраслевого рынка, определяет и обосновать выявленную проблему	Письменный и устный опрос Проект

		В(УК-2-23)	знает основные методики управления проектами	УК-2.1 Способен разрабатывать проектные инициативы и обеспечивать их реализацию, подготавливать требуемую документацию	Владеет навыками запуска научно-исследовательского маркетингового проекта	Письменный и устный опрос Проект
		У(ПК-3-)	Знает основные концепции и инструменты маркетинга для проведения анализа	ПК-3.2 Демонстрирует способность определять и применять современные маркетинговые технологии для повышения результативности маркетинговой деятельности	Определяет и применяет маркетинговые технологии для повышения эффективности маркетинговой службы	Письменный и устный опрос Проект
				ПК-3.4 Проводит комплексное исследование отраслевого рынка, оценивает уровень конкурентной борьбы, составляет обзоры конъюнктуры рынка и формирует маркетинговые метрики в рамках стратегического развития бизнеса	Может провести анализ отраслевого рынка	Письменный и устный опрос Проект
				ПК-3.5 Формирует проблемный пул проекта, анализирует и прогнозирует развитие рыночной среды для заинтересованных сторон, разрабатывает бюджет и проводит оценку результативности маркетинговых проектов и программ	Может провести анализ предметной области исследования	Письменный и устный опрос Проект

		У(УК-2-23)	знает основные методики управления проектами	УК-2.1 Способен разрабатывать проектные инициативы и обеспечивать их реализацию, подготавливать требуемую документацию	Может разрабатывать проектные инициативы исходя из проблемного пула проекта	Письменный и устный опрос Проект
--	--	------------	--	--	---	----------------------------------

2. Перечень оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

п/п	Вид оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Шкала оценки
1	2	3	4	5
1	Письменный и устный опрос	Оценочное средство для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Позволяет выявить и восполнить пробелы в знаниях; повторить, закрепить, систематизировать материал; оценить знания, умения, теоретические и практические навыки; определить уровень сформированных у студентов компетенций по дисциплине (модулю)	Совокупность вопросов, заданий, упражнений, тестов для выполнения контрольных работ, домашних заданий, РГР и иных учебных работ. Комплект билетов для текущей и промежуточной аттестации	оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенции на итоговом уровне, в полном объеме знает содержание, методологию и стандарты управления проектом, функциональные области проекта и этапы его жизненного цикла; методы проблематизации и генерации проектного замысла; ключевые элементы бизнес-модели проекта; владеет концептуально-понятийным аппаратом процесса продвижения проекта; умеет формулировать продуктивные и потребительские гипотезы; формировать план продвижения проекта; умеет аргументировать свои утверждения и выводы; подтверждает их на практических примерах, предусмотренных программой; обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенции на среднем уровне, хорошо знает содержание, методологию и стандарты управления проектом, функциональные области проекта и этапы его жизненного цикла; методы проблематизации и генерации проектного замысла; ключевые элементы бизнес-модели проекта; владеет концептуально-понятийным аппаратом процесса продвижения проекта; хорошо умеет формулировать продуктивные и потребительские гипотезы; формировать план продвижения проекта; умеет аргументировать свои утверждения; основные зна-

				ния, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенции на базовом уровне, частично знает содержание, методологию и стандарты управления проектом, функциональные области проекта и этапы его жизненного цикла; методы проблематизации и генерации проектного замысла; ключевые элементы бизнес-модели проекта; владеет концептуально-понятийным аппаратом процесса продвижения проекта; частично умеет формулировать продуктовые и потребительские гипотезы; формировать план продвижения проекта. В ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по дисциплинарной компетенции, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенции ниже базового уровня, не знает содержание, методологию и стандарты управления проектом, функциональные области проекта и этапы его жизненного цикла; методы проблематизации и генерации проектного замысла; ключевые элементы бизнес-модели проекта; не владеет концептуально-понятийным аппаратом процесса продвижения проекта; не умеет формулировать продуктовые и потребительские гипотезы; формировать план продвижения проекта, не овладел навыками проектного управления. Проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
2	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических	Темы групповых и/или индивидуальных проектов	оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если проект разработан самостоятельно, имеет практический характер. Проблема исследования актуальна. Проектная цель достигнута полностью. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы. Содержание проекта полностью соответствует требованиям заказчика. Материал излагается грамотно, логично, последовательно. Оформление проекта отвечает требованиям. Во время защиты студент показал умение кратко, емко и доступно (ясно) представить результаты исследования,

		задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.		объективно ответить на поставленные вопросы. оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если проект разработан самостоятельно, имеет практический характер. Проблема исследования актуальна. Проектная цель достигнута. Студент показал знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, однако умение анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы сопряжено с незначительными затруднениями. Содержание проекта в целом соответствует требованиям заказчика. Материал излагается грамотно, логично, последовательно. Оформление проекта имеет незначительные недочеты. Во время защиты студент показал умение кратко, емко и доступно (ясно) представить результаты исследования, однако затрудняется в ответах более чем на два вопроса оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если проект разработан самостоятельно, но не имеет практического характера. Проблема исследования актуальна. Проектная цель достигнута частично. Студент показал частичное знание теоретического материала по рассматриваемой проблеме, не в полной мере умеет анализировать, аргументировать свою точку зрения, делать обобщение и выводы. Содержание проекта в целом соответствует требованиям заказчика частично. Материал не всегда излагается логично и последовательно. Оформление проекта имеет существенные недочеты. Во время защиты проекта студент допускал ярко выраженные оговорки и неточности, затруднялся в ответах более чем на четыре вопроса. оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если проект разработан не самостоятельно, не имеет практического характера. Проектная цель не достигнута. Студент не показал знания теоретического материала по рассматриваемой проблеме. Проект не соответствует предъявленным в методических рекомендациях требованиям, автор допустил существенные ошибки и неточности, работа не оформлена надлежащим образом, студент не отвечает более чем на шесть вопросов из заданных
--	--	---	--	---

Приложение В

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Письменный и устный опрос.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации по разделу: «Проектирование маркетинговых исследований»

1. Что такое маркетинговый проект?
2. Какие задачи решаются в рамках маркетингового исследования?
3. Каковы ключевые элементы маркетингового исследования?
4. Какие методы и инструменты используются в маркетинговых исследованиях?
5. Каким образом проводится анализ рынка и конкурентов при разработке маркетингового проекта?
6. Что такое научная гипотеза?
7. Какие методы и инструменты могут быть использованы для анализа рынка и конкурентов в рамках маркетингового проекта?
8. Перечислите методы проектирования.
9. Перечислите методы научного исследования.
10. Приведите методы проблематизация и генерации замыслов
11. Что относится к целям маркетингового проекта?

Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации по разделу «Обоснование эффективности маркетингового исследования»

1. Назовите показатели оценки эффективности разработанных предложений.
2. Перечислите основные эффекты для объекта исследования от реализации маркетингового проекта.
3. Приведите этапы внедрения результатов маркетингового проекта в деятельность объекта исследования.
4. Перечислите ключевые показатели объекта исследования, которые изменятся в результате внедрения разработанного научно-практического решения маркетингового проекта.
5. Соотнесите разработанное решение маркетингового проекта целям и стратегии развития нефтегазовой компании.

Пример ответов:

1. Что такое маркетинговый проект?

Маркетинговый проект -это целенаправленный, спланированный комплекс взаимосвязанных мероприятий по созданию или изменению какого-либо объекта (совокупности объектов), направленный на достижение заранее определенных маркетинговых целей в течение заданного периода времени, при установленном бюджете и определенном качестве. Процесс планирования маркетинга должен осуществляться как часть общего процесса планирования и составления бюджета фирмы. Маркетинговый план в узком смысле представляет собой комплексный документ, в котором изложены рекламные активности на определенный промежуток времени.

11. Что относится к целям маркетингового проекта?

Основные цели маркетингового исследования — это поиск решения проблем, связанных с финансовыми и бизнес-рисками, способов увеличения прибыли, а также анализ рынка и мероприятия по привлечению новых клиентов. Каждое маркетинговое исследование имеет определенную цель и

решает конкретную проблему вашего бизнеса. Целью любого маркетингового исследования в конечном счете является формирование стратегии и тактики компании с учетом реально существующих и потенциально возможных факторов и условий рынка, с одной стороны, и ее позиции и перспектив — с другой. При этом сущность исследования традиционно заключается не в установлении некой абсолютной истины, а в снижении уровня неопределенности рыночной ситуации, особенно при долгосрочном прогнозе.

Курсовая работа (проект).

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Практики реализации маркетинговых проектов : учебно-методическое пособие для выполнения проектного семинара, курсового проекта и самостоятельной работы / УГНТУ, УВШЭУ ; сост.: В. В. Бирюкова, М. В. Герасимова. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 788,51 Кб. - URL: http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/UVSHEU/Biriukova17597.pdf. - Текст : электронный.

Учебно-методическое пособие предназначено для магистров всех форм обучения направлений подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Экономика и управление в нефтегазовом бизнесе» и содержит порядок выполнения проектного семинара, методические указания по структуре, оформлению и защите курсового проекта, выполнению самостоятельной работы.

Перечень возможных тем курсового проекта

1. Разработка маркетинговой стратегии компании
2. Методы комплексных маркетинговых исследований
3. Модели оценки маркетинговой информации потребителем.
4. Построение бренда и создание имиджа компании
5. Модель оценки ценности активов бренда
6. Проектирование и запуск рекламных кампаний
7. Разработка и внедрение мер по увеличению лояльности клиентов
8. Оптимизация работы отдела продаж и обслуживания клиентов
9. Развитие онлайн-продаж и использование интернет-маркетинга
10. Анализ эффективности маркетинговых мероприятий и корректировка стратегии
11. Формирование маркетинговых технологий
12. Социально-информационные маркетинговые технологии

Проект.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Практики реализации маркетинговых проектов : учебно-методическое пособие для выполнения проектного семинара, курсового проекта и самостоятельной работы / УГНТУ, УВШЭУ ; сост.: В. В. Бирюкова, М. В. Герасимова. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 788,51 Кб. - URL: http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/UVSHEU/Biriukova17597.pdf. - Текст : электронный.

В ходе данного проектного семинара обобщаются и систематизируются результаты предыдущих этапов научно-исследовательского проекта по треку «Маркетинг».

Этапы выполнения оценки эффективности маркетингового исследования:

1. Описать теоретическую значимость для демонстрации новизны исследования и доказательства того, что в процессе работы получены принципиально новые научные итоги, методы, способы, характеристики, найдены взаимосвязи между объектами и явлениями.
2. Описать практическую значимость:
 - обосновать факт, кому и для чего потребуются результаты маркетингового проекта, какими способами можно применять их на практике;

- выстроить логические цепочки для подтверждения правильности сделанных выводов;
 - представить соответствие или опровержение поставленной научной гипотезе полученным результатам исследования;
 - представить результат экономического/ стратегического/ поведенческого эффекта маркетингового проекта;
 - оценить как изменятся ключевые показатели объекта исследования в результате внедрения разработанного научно-практического решения маркетингового проекта;
 - определить соответствие разработанного решения маркетингового проекта целям и стратегии развития нефтегазовой компании.
3. Разработать процедуру внедрения предложенного научно-практического решения (системы, процедуры, процесса, метода) в практическую деятельность объекта исследования, указав что необходимо учитывать при внедрении, в каких сегментах (сферах, отраслях, моментах и пр.) уместно разработанное решение и к чему оно может привести.
 4. Интерпретировать полученные данные и составить прогноз развития проекта.
 5. Сформировать презентацию полученных результатов.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

(51870) Практики реализации маркетинговых проектов (Проектный семинар)

Направление подготовки (специальность): 38.04.02 Менеджмент

Направленность: магистерская программа «Экономика и управление в нефтегазовом бизнесе»

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная;

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Уфимская высшая школа экономики и управления (УВШЭУ);

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-2-23 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла:

-УК-2.1 Способен разрабатывать проектные инициативы и обеспечивать их реализацию, подготавливать требуемую документацию

ПК-3- МЭК120-23 Способен организовывать и развивать работу маркетинговой службы, с использованием инструментов маркетинга реализовывать проекты и программы и оценивать их эффективность, готовить аналитические и информационные материалы для руководства компаний в рамках стратегии развития нефтегазового бизнеса :

- ПК-3.2 Демонстрирует способность определять и применять современные маркетинговые технологии для повышения результативности маркетинговой деятельности

- ПК-3.5 Формирует проблемный пул проекта, анализирует и прогнозирует развитие рыночной среды для заинтересованных сторон, разрабатывает бюджет и проводит оценку результативности маркетинговых проектов и программ

- ПК-3.4 Проводит комплексное исследование отраслевого рынка, оценивает уровень конкурентной борьбы, составляет обзоры конъюнктуры рынка и формирует маркетинговые метрики в рамках стратегического развития бизнеса

Результат обучения

Знать:

УК-2-23-3 знает основные методики управления проектами

ПК-3--2 Знает основные концепции и инструменты маркетинга для проведения анализа

Уметь:

УК-2-23-3 умеет разрабатывать проектные инициативы

ПК-3--2 умеет проводить анализ прогнозировать результаты маркетинговой службы в рамках стратегии организации

Владеть:

УК-2-23-3 владеет инструментарием для разработки проектной инициативы и обеспечивает реализацию

ПК-3--2 владеет инструментарием для организации и развития маркетинговой службы

Краткая характеристика дисциплины

Проектирование маркетинговых исследований; Обоснование эффективности маркетингового проекта;

Трудоёмкость (з.е. / часы)

5 з.е. (180час)

Вид промежуточной аттестации

диф.зачет;

Разработчик(и):

_____ доцент, к.эн. Бирюкова В. В.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой УВШЭУ _____ Гамилова Д. А.