

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор/Декан  
института экономики, финансов и  
управления в АПК  
Гунько Юлия Александровна

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.О.01.05 Модульный проект "Управление проектной траекторией:  
от целеполагания к результату"**

**38.04.02 Менеджмент**

**Цифровой маркетинг и управление продажами**

магистр

очная

## 1. Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины "Модульный проект Управление проектной траекторией\_ от целеполагания к результату" является формирование компетенций, позволяющих квалифицированно принимать решения по координированию людей, оборудования, материалов, финансовых средств и графиков для выполнения определенного проекта в заданное время, в пределах бюджета и к удовлетворению заказчика (потребителя)

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды</p>	<p>ОПК-3.2 Формирует и критически оценивает альтернативные варианты решения профессиональных задач с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	<p><b>знает</b> Современные методы и критерии оценки организационной эффективности маркетинговых стратегий и инструментов продаж, включая методики анализа рисков (рыночных, операционных, репутационных) и прогнозирования социально-экономических последствий их реализации.</p> <p><b>умеет</b> Формировать и сравнивать многокритериальные альтернативы решения профессиональных задач в области цифрового маркетинга и продаж, используя количественные и качественные показатели для обоснования выбора с учётом баланса эффективности, рисков и более широких социально-экономических эффектов</p> <p><b>владеет навыками</b> Навыками проектного анализа и принятия управленческих решений в условиях неопределённости, позволяющими на основе оценки альтернатив выбирать оптимальные маркетинговые стратегии, минимизирующие риски и максимизирующие долгосрочную организационную эффективность с учётом воздействия на стейкхолдеров и рыночную среду.</p>
<p>ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности,</p>	<p>ОПК-4.1 Владеет технологией проектной деятельности в современных организациях, методы и техники создания бизнес-моделей и управления процессами</p>	<p><b>знает</b> Современные стандарты и методологии проектной деятельности (гибкие, классические), подходы к разработке и валидации бизнес-моделей (включая цифровые и платформенные), а также принципы моделирования и оптимизации бизнес-процессов в сфере маркетинга и продаж.</p> <p><b>умеет</b> Применять инструменты стратегического и процессного анализа (нотации моделирования,</p>

<p>разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций</p>		<p>карты потоков создания ценности, канва (бизнес-модели) для проектирования и реинжиниринга маркетинговых и сбытовых процессов в условиях цифровой трансформации организаций.</p> <p><b>владеет навыками</b></p> <p>Навыками управления полным циклом проекта в цифровом маркетинге и продажах — от формирования бизнес-идеи и построения бизнес-модели до организации эффективных бизнес-процессов и контроля их реализации с использованием современных проектных и процессных подходов.</p>
<p>ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций</p>	<p>ОПК-4.2 Разрабатывает стратегические и тактические решения в области создания и развития инновационных направлений деятельности организации и соответствующие им бизнес-модели</p>	<p><b>знает</b></p> <p>Современные теории и методологии стратегического управления инновациями, подходы к проектированию и трансформации бизнес-моделей (включая цифровые, платформенные и гибридные), а также методы оценки их конкурентоспособности и рыночного потенциала.</p> <p><b>умеет</b></p> <p>Разрабатывать и обосновывать стратегические и тактические решения по созданию и развитию инновационных направлений деятельности организации, адаптируя и интегрируя соответствующие бизнес-модели с учётом цифровой трансформации рынков и поведения потребителей.</p> <p><b>владеет навыками</b></p> <p>Навыками стратегического анализа и форсайта для идентификации перспективных инновационных ниш в сфере маркетинга и продаж, а также инструментами проектирования и валидации бизнес-моделей, обеспечивающих устойчивое развитие организации в условиях цифровой экономики.</p>
<p>ПК-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>ПК-2.2 Разрабатывает технические задания и предложения по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации</p>	<p><b>знает</b></p> <p>Современные требования и стандарты разработки фирменного стиля (включая цифровые носители и адаптивность), принципы создания эффективной рекламной продукции, а также структуру, содержание и правила подготовки технических заданий для дизайнеров, подрядчиков и рекламных агентств.</p> <p><b>умеет</b></p> <p>Формулировать маркетинговые задачи и требования к визуальной идентификации бренда, транслируя их в четкие технические задания на разработку элементов фирменного стиля и рекламной продукции с учётом специфики digital-среды и целевой аудитории.</p> <p><b>владеет навыками</b></p> <p>Навыками подготовки и согласования</p>

		технических заданий и брифов для создания бренд-айдентики и рекламных материалов, обеспечивающих соответствие результатов коммуникационным целям организации и требованиям к их дальнейшему использованию в маркетинговых кампаниях и каналах продаж.
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. Вырабатывает стратегию действий	<b>знает</b> Методологию системного анализа и моделирования бизнес-процессов в маркетинге и продажах для декомпозиции проблемной ситуации на ключевые элементы и выявления причинно-следственных связей между ними. <b>умеет</b> Применять инструменты стратегического планирования (включая цифровую аналитику) для оценки проблемной ситуации как целостной системы и на этой основе формулировать адаптивную стратегию действий, направленную на достижение бизнес-результата. <b>владеет навыками</b> Навыками системного подхода к диагностике проблем в управлении цифровым маркетингом и продажами, позволяющими разрабатывать и обосновывать стратегию, обеспечивающую синергию между каналами продвижения и воронкой продаж.
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2 Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке. Предлагает способы их решения.	<b>знает</b> Принципы и методы поиска, верификации и синтеза информации из различных цифровых источников (включая открытые данные, маркетинговые исследования, аналитические платформы и профессиональные сообщества) для формирования полной картины проблемной ситуации. <b>умеет</b> На основе выбранного алгоритма или методики (например, декомпозиции задач, «дерева решений», анализа воронки продаж) структурировать проблемную ситуацию, выделяя конкретные, подлежащие дальнейшей разработке вопросы (задачи) в области цифрового маркетинга и продаж. <b>владеет навыками</b> Навыками генерации и критического отбора вариантов решений для поставленных задач с использованием специализированных цифровых инструментов (CRM-систем, сервисов сквозной аналитики, платформ автоматизации маркетинга) и современных методов управления проектами.
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе	УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной	<b>знает</b> Требования к форматам, структуре и стилистике представления результатов научных

<p>на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные</p>	<p>и прикладных исследований в области цифрового маркетинга и управления продажами для различных типов научных мероприятий (конференции, семинары, симпозиумы), включая международные.</p> <p><b>умеет</b> Адаптировать содержание доклада и визуализацию данных (презентации, дашборды, инфографику) под тематику конкретного научного мероприятия и ожидания международной аудитории, выделяя практическую значимость результатов для сферы digital-маркетинга.</p> <p><b>владеет навыками</b> Навыками публичной презентации и защиты результатов проектной и исследовательской деятельности, включая ведение профессиональной дискуссии и аргументированное отстаивание предлагаемых маркетинговых стратегий перед академическим и бизнес-сообществом.</p>
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-6.1 Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития</p>	<p><b>знает</b> Методы анализа и обобщения профессионального опыта (как собственного, так и отраслевых кейсов) в сфере цифрового маркетинга и управления продажами, а также подходы к его адаптации для решения новых задач профессионального и личностного роста.</p> <p><b>умеет</b> Творчески трансформировать и интегрировать успешные практики и инструменты из различных областей маркетинга и смежных дисциплин в собственную деятельность, выявляя зоны развития и формируя актуальную траекторию самообразования.</p> <p><b>владеет навыками</b> Навыками рефлексии и критического анализа накопленного опыта реализации маркетинговых проектов для выявления нестандартных решений и их применения в качестве основы для непрерывного профессионального самосовершенствования.</p>

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» является дисциплиной обязательной части программы.

Изучение дисциплины осуществляется в I семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Освоение дисциплины «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

- Подготовка к защите и сдача государственного экзамена
- Практика по профилю профессиональной деятельности
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
- IT в профессиональной деятельности
- Цифровой маркетинг
- Коммерция и управление продажами
- Преддипломная практика
- Управление бизнес-процессами
- Защита нематериальных активов и авторского права
- Количественный анализ данных
- Технологическое предпринимательство
- Технология ведения переговоров и взаимодействия с клиентами
- Лидерство и управление командой
- Модульный проект "Оценка MVP проекта"
- Performance-маркетинг
- Инновационный маркетинг и брендинг
- Модульный проект "Комплексная программа продвижения в online пространстве"
- Медиапланирование
- Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями
- Ценовая политика организации
- Модульный проект "Программа дистрибуции проектных решений"
- Проектно-технологическая практика
- Графический дизайн и web-технологии
- Разработка мобильных приложений, интернет-магазинов и продающих страниц
- Модульный проект "Оценка применения сервисов и ПО в процессе продвижения маркетинговых проектов"
- Развитие компетенции менеджера проекта
- Правовая защита бизнеса

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
1	36/1				18		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
1	36/1						

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел.									
1.1.		1	18				18	Контрольная работа	УК-4.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-6.1, ОПК-3.2, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ПК-2.2	
	Промежуточная аттестация									
	Итого		36				18			
	Итого		36				18			

**5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен**

**5.4. Самостоятельная работа обучающегося**

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Самостоятельная работа по разработке проекта	18

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"».

2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"».

3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ ( ) (при наличии).

4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)

5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Самостоятельная работа по разработке проекта	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1, Л2.2, Л2.3	Л3.1

## 7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"»

### 7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2	
		1	2	3	4
ОПК-3.2:Формирует и критически оценивает альтернативные варианты решения профессиональных задач с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий	Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности	x			
	Организация проектной деятельности	x			
	Преддипломная практика				x
ОПК-4.1:Владеет технологией проектной деятельности в современных организациях, методы и техники создания бизнес-моделей и управления процессами	Модульный проект "Оценка MVP проекта"			x	
	Организация проектной деятельности	x			
	Технологическое предпринимательство			x	
	Управление бизнес-процессами			x	
	Управление проектами	x			

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2	
		1	2	3	4
ОПК-4.2:Разрабатывает стратегические и тактические решения в области создания и развития инновационных направлений деятельности организации и соответствующие им бизнес-модели	Инновационный маркетинг и брендинг		x		
	Коммерциализация результатов инновационной деятельности	x			
	Модульный проект "Комплексная программа продвижения в online пространстве"		x		
	Организация проектной деятельности	x			
	Преддипломная практика				x
	Цифровой маркетинг		x		
ПК-2.2:Разрабатывает технические задания и предложения по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации	IT в профессиональной деятельности		x		
	Графический дизайн и web-технологии		x		
	Инновационный маркетинг и брендинг		x		
	Инфографика и презентация маркетинговых проектов	x			
	Модульный проект "Комплексная программа продвижения в online пространстве"		x		
	Модульный проект "Оценка применения сервисов и ПО в процессе продвижения маркетинговых проектов"		x		
	Организация проектной деятельности	x			
	Преддипломная практика				x
	Проектно-технологическая практика		x		
Цифровой маркетинг		x			
УК-1.1:Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. Вырабатывает стратегию действий	IT в профессиональной деятельности		x		
	Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности	x			
	Дисциплины по выбору Б1.О.05.ДВ.01			x	
	Защита нематериальных активов и авторского права			x	
	Количественный анализ данных		x		
	Модульный проект "Оценка применения сервисов и ПО в процессе продвижения маркетинговых проектов"		x		
	Ознакомительная практика	x			
Организация проектной деятельности	x				

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2	
		1	2	3	4
	Правовая защита бизнеса			x	
	Практика по профилю профессиональной деятельности				x
	Управление бизнес-процессами			x	
УК-1.2: Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке. Предлагает способы их решения.	IT в профессиональной деятельности		x		
	Количественный анализ данных		x		
	Модульный проект "Оценка MVP проекта"			x	
	Модульный проект "Оценка применения сервисов и ПО в процессе продвижения маркетинговых проектов"		x		
	Организация проектной деятельности	x			
	Управление бизнес-процессами			x	
	Управление проектами	x			
УК-4.2: Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные	Инфографика и презентация маркетинговых проектов	x			
	Модульный проект "Оценка MVP проекта"			x	
	Организация проектной деятельности	x			
	Технология ведения переговоров и взаимодействия с клиентами			x	
	Управление бизнес-процессами			x	
УК-6.1: Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	Модульный проект "Оценка MVP проекта"			x	
	Организация проектной деятельности	x			
	Практика по профилю профессиональной деятельности				x
	Развитие компетенции менеджера проекта			x	
	Технологическое предпринимательство			x	
	Управление бизнес-процессами			x	
	Управление проектами	x			

## 7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения

обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» проводится в виде .

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

### **Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения**

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций	Максимальное количество баллов
---------------------	---	--------------------------------

### **Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации**

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

### **7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"»**

Тематика контрольных работ

Разработка стратегии вывода инновационного цифрового продукта на рынок (на примере конкретного стартапа или компании).

Оптимизация воронки продаж интернет-магазина на основе данных сквозной аналитики и Customer Journey Map.

Трансформация бизнес-модели традиционной компании в условиях цифровизации (выбор между маркетплейсом и собственным интернет-магазином).

Разработка и управление проектом по внедрению CRM-системы и автоматизации маркетинга в компании.

Создание системы KPI и дашбордов для отдела маркетинга и продаж как инструмент повышения организационной эффективности.

Разработка и защита инвестиционного предложения (питч-дека) для стартапа в сфере Digital Marketing.

Разработка бренд-айдентики и digital-стратегии продвижения для нового бизнеса (кафе, онлайн-сервис, бренд одежды).

Ребрендинг и разработка технического задания на обновление визуального стиля компании для адаптации к новым digital-каналам .

Разработка комплексной рекламной кампании "под ключ": от ТЗ до медиаплана и прогноза эффективности.

Исследование и внедрение нейросетей в процесс создания контента для маркетинга: анализ опыта и разработка дорожной карты для компании.

Анализ зарубежных кейсов и адаптация международных практик омниканальных продаж под российский рынок (с представлением результатов на студенческой конференции).

Разработка программы лояльности для интернет-магазина с использованием инструментов email-маркетинга и ретаргетинга.

Оценка эффективности использования блогеров и инфлюенсеров в продвижении бренда (на примере конкретной ниши).

Проект по внедрению сквозной аналитики для оценки вклада каждого канала трафика в продажи.

Разработка контент-стратегии для социальных сетей с целью повышения вовлеченности и генерации лидов.

Примерная тематика проектов

Разработка стратегии вывода инновационного цифрового продукта на рынок (на примере...)

Оптимизация воронки продаж интернет-магазина на основе данных сквозной аналитики и CJM

Трансформация бизнес-модели традиционной компании в условиях цифровизации

Разработка и управление проектом по внедрению CRM-системы и автоматизации маркетинга в компании

Создание системы KPI и дашбордов для отдела маркетинга и продаж как инструмент повышения организационной эффективности

Разработка и защита инвестиционного предложения (питч-дека) для стартапа в сфере Digital Marketing

Разработка бренд-айдентики и digital-стратегии продвижения для нового бизнеса (кафе, онлайн-сервис, бренд одежды)

Ребрендинг и разработка технического задания на обновление визуального стиля компании для адаптации к новым digital-каналам

Разработка комплексной рекламной кампании "под ключ": от ТЗ до медиаплана и прогноза эффективности

Исследование и внедрение нейросетей в процесс создания контента для маркетинга: анализ опыта и разработка roadmap для компании

Анализ зарубежных кейсов и адаптация международных практик омниканальных продаж под российский рынок

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### **основная**

Л1.1 Тихомирова О. Г. Управление проектами [Электронный ресурс]:практикум ; учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 273 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=414873>

Л1.2 Лукьянова А. В., Тен Ю. П., Трифонов И. В., Трифонова Н. Н. Управление проектами в консалтинге [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Магистратура. - Москва: КноРус, 2024. - 220 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/950302>

Л1.3 Безпалов В. В., Столярова А. Н., Панасенко С. В., Федюнин Д. В., Петросян Д. С. Управление проектами в национальной и региональной экономике [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: КноРус, 2023. - 313 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/945189>

Л1.4 Лукьянова А. В., Трифонов И. В., Трифонова Н. Н., Череповская Н. А., Корнеева И. В., Лукьянова А. В. Управление проектами в области информационных технологий [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Магистратура. - Москва: КноРус, 2024. - 235 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/950307>

**дополнительная**

Л2.1 Тихомирова О. Г. Управление проектами [Электронный ресурс]:практикум ; учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2025. - 273 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/document?id=454743>

Л2.2 Цителадзе Д. Д. Управление проектами [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 361 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=433016>

Л2.3 Левушкина С. В. Управление проектами:учебник. - Ставрополь, 2024. - 3,20 МБ

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

Л3.1 сост.: Л. А. Семко ; Ставропольский ГАУ Управление проектами:учеб. пособие. - Ставрополь, 2025. - 926 КБ

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Управление маркетинговыми проектами	<a href="https://www.litres.ru/book/margarita-akulich-32590651/upravlenie-marketingovymi-proektami-71758189/chitat-onlayn/">https://www.litres.ru/book/margarita-akulich-32590651/upravlenie-marketingovymi-proektami-71758189/chitat-onlayn/</a>
2	Управление маркетинговыми проектами на предприятии	<a href="https://znanium.ru/catalog/document?id=414015">https://znanium.ru/catalog/document?id=414015</a>
3	Управление проектами	<a href="https://sgla.ru/sveden/files/vig/Aleshin_A.V.,_i_dr._Upravlenie_proektami_fundamentalny_nyi_kurs_3-e_izd._(Uchebniki_Vysshei_shkoly_ekonomiki)_-2024.pdf">https://sgla.ru/sveden/files/vig/Aleshin_A.V.,_i_dr._Upravlenie_proektami_fundamentalny_nyi_kurs_3-e_izd._(Uchebniki_Vysshei_shkoly_ekonomiki)_-2024.pdf</a>
4	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ	<a href="https://elar.ssmu.ru/bitstream/20.500.12701/4004/1/tut_ssmu-2022-37.pdf">https://elar.ssmu.ru/bitstream/20.500.12701/4004/1/tut_ssmu-2022-37.pdf</a>

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).**

*11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения*

1. Kaspersky Total Security - Антивирус
2. Microsoft Windows Server STDCORE AllLngLicense/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year - Серверная операционная система

*11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства*

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации		
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		
		Э-165	специализированная мебель на 28 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., телевизор SAMSUNG – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, доска поворотная маркерно-магнитная – 1 шт., подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

### 13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952).

Автор (ы)

\_\_\_\_\_ доц. КМиУР, кэн Семко Инна Анатольевна

Рецензенты

\_\_\_\_\_ доц. КМиУР, кэн Вайцеховская С.С.

Рабочая программа дисциплины «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» рассмотрена на заседании Кафедра менеджмента и устойчивого развития территорий протокол № 8 от 25.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Звягинцева Ольга Сергеевна

Рабочая программа дисциплины «Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 2 от 26.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Руководитель ОП \_\_\_\_\_