

**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.01.01 Управление проектами

38.04.02 Менеджмент

Цифровой маркетинг и управление продажами

магистр

очная

1. Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины "Управление проектами" 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
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	ОПК-4.1 Владеет технологией проектной деятельности в современных организациях, методы и техники создания бизнес-моделей и управления процессами	знает Современную технологию проектной деятельности, включая методы и техники разработки бизнес-моделей (в частности, ориентированных на цифровую среду) и принципы управления бизнес-процессами в маркетинге и продажах. умеет Применять методы проектного менеджмента для разработки и адаптации бизнес-моделей, а также использовать техники управления процессами при планировании и реализации проектов в сфере цифрового маркетинга и организации продаж. владеет навыками Технологией проектной деятельности, инструментарием построения бизнес-моделей (например, канва бизнес-модели) и навыками управления ключевыми процессами (в том числе гибкими методологиями) для эффективной реализации маркетинговых проектов в современных организациях.
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.	знает Основные методы поиска, сбора и анализа информации из доступных источников для идентификации вариантов решения проблемных ситуаций в области управления проектами цифрового маркетинга и продаж. умеет Выбирать и применять алгоритмы поиска решений, декомпозировать проблемную ситуацию на отдельные задачи и обосновывать способы их реализации с учетом специфики маркетинговых проектов и ресурсных ограничений. владеет навыками Навыками критического анализа информации для обоснования выбора оптимального варианта решения проблемной ситуации, а

		также навыками постановки задач и определения методов их решения в рамках проектной деятельности в сфере цифрового маркетинга и управления продажами.
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	<p>знает Методы и источники выявления, анализа и критической оценки собственного профессионального опыта в сфере управления проектами и цифрового маркетинга для определения актуальных траекторий саморазвития.</p> <p>умеет Творчески интерпретировать и адаптировать накопленный опыт реализации маркетинговых проектов для постановки целей саморазвития, а также находить нестандартные способы применения этого опыта для решения новых профессиональных задач в условиях цифровой трансформации.</p> <p>владеет навыками Навыками рефлексии и творческого переноса имеющихся компетенций в области управления продажами и маркетинговыми проектами в новые контексты профессиональной деятельности для достижения целей непрерывного самообразования и самосовершенствования.</p>

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление проектами» является дисциплиной обязательной части программы.

Изучение дисциплины осуществляется в I семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Управление проектами» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Освоение дисциплины «Управление проектами» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Практика по профилю профессиональной деятельности

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

IT в профессиональной деятельности

Цифровой маркетинг

Преддипломная практика

Управление бизнес-процессами

Защита нематериальных активов и авторского права

Количественный анализ данных

Технологическое предпринимательство

Лидерство и управление командой

Модульный проект "Оценка MVP проекта"

Инновационный маркетинг и брендинг

Модульный проект "Комплексная программа продвижения в online пространстве"

Проектно-технологическая практика

Модульный проект "Оценка применения сервисов и ПО в процессе продвижения маркетинговых проектов"

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 «Управление проектами» 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	144/4	10	20		78	36	Эк
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	4				

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
1	144/4						0.25

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием ответственного 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.	Методологические основы управления проектами	1	6	2	4		14		Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	УК-1.2, ОПК-4.1, УК-6.1
1.2.	Жизненный цикл и структура проекта	1	6	2	4		16		Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	УК-1.2, ОПК-4.1, УК-6.1
1.3.	Планирование проекта	1	6	2	4		16		Тест, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	УК-1.2, ОПК-4.1, УК-6.1

1.4.	Реализация и завершение проекта	1	6	2	4		16		Тест, Расчетно-графическая работа	УК-1.2, ОПК-4.1, УК-6.1
1.5.	Оценка эффективности проекта	1	6	2	4		16	КТ 1	Контрольная работа	УК-1.2, ОПК-4.1, УК-6.1
1.6.	Контроль	1								УК-1.2, ОПК-4.1, УК-6.1
	Промежуточная аттестация	Эк								
	Итого		144	10	20		78			
	Итого		144	10	20		78			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Методологические основы управления проектами	Понятие проекта и управления проектами. Свойства проекта Основные элементы управления проектом (Современные концепции и стандарты управления проектами Обзор гибких методологий и их применение в проектах цифрового маркетинга и продаж Проектный подход в цифровом маркетинге и управлении продажами	2/2
Жизненный цикл и структура проекта	Понятие жизненного цикла проекта. Фазы жизненного цикла Стадии проекта и их содержание Структура проекта Проектное окружение и факторы внешней среды, влияющие на проект. Особенности жизненного цикла проектов в цифровом маркетинге	2/-
Планирование проекта	Цели и принципы планирования проекта. Уровни планирования. Определение состава операций и их взаимосвязей. Оценка длительности и трудоемкости работ. Календарное планирование. Ресурсное планирование. Планирование рисков. Планирование коммуникаций в проекте. Особенности планирования маркетинговых проектов.	2/2
Реализация и завершение проекта	Организация исполнения проекта. Управление командой проекта. Особенности управления	2/-

	удаленной командой в digital-среде. Управление коммуникациями в ходе реализации. Мониторинг и контроль. Управление изменениями. Управление качеством. Завершение проекта. Особенности реализации проектов в цифровой среде.	
Оценка эффективности проекта	Понятие эффективности проекта. Показатели эффективности инвестиционных проектов. Оценка эффективности для различных участников проекта. Анализ безубыточности проекта. Методы сбора данных для оценки эффективности в цифровом маркетинге. Проблемы оценки эффективности в цифровом маркетинге.	2/-
Итого		10

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Методологические основы управления проектами	Анализ кейсов: сравнение традиционного (водопадного) и гибкого подходов на примере конкретных маркетинговых проектов (например, разработка промо-сайта vs проведение SMM-кампании). Групповая дискуссия «Почему маркетинговые проекты требуют особого подхода к управлению?». Составление интеллект-карты (mind-map) по основным стандартам и методологиям управления проектами.	Пр	4/-/-
Жизненный цикл и структура проекта	Построение диаграммы жизненного цикла для конкретного проекта (например, запуск интернет-магазина или разработка мобильного приложения). Разработка матрицы ответственности RACI для проекта по внедрению CRM-системы в отделе продаж. Анализ ролей участников проекта в кейсе из практики цифрового маркетинга (распределение ответственности между маркетологом, аналитиком, разработчиками, дизайнерами).	Пр	4/2/-
Планирование проекта	Построение WBS для проекта (например, для проекта «Разработка и запуск email-кампании» или «Организация вебинара»).	Пр	4/-/-
	Построение диаграммы Ганта с использованием специализированного ПО		

	<p>(MS Project, GanttPRO, Smartsheet или аналогов) для небольшого проекта.</p> <p>Расчет параметров сетевого графика: определение критического пути, расчет резервов времени.</p> <p>Оценка рисков проекта (качественный анализ: построение карты рисков; количественный анализ: метод Монте-Карло или анализ чувствительности) на примере маркетингового проекта.</p> <p>Разработка плана коммуникаций для команды проекта (матрица коммуникаций).</p>		
Реализация и завершение проекта	<p>Деловая игра: имитация совещания по статусу проекта (студенты в ролях РМ, заказчика, команды) с анализом отклонений и принятием решений по корректировке плана.</p> <p>Анализ кейсов по управлению изменениями в маркетинговых проектах (например, смена стратегии рекламной кампании в связи с изменением рынка).</p> <p>Разработка чек-листа для приемки результатов проекта (критерии приемки для маркетингового проекта).</p> <p>Составление итогового отчета по проекту на основе учебного кейса.</p>	Пр	4/2/-
Оценка эффективности проекта	<p>Расчет показателей эффективности (NPV, IRR, PP) для инвестиционного проекта в сфере цифрового маркетинга (например, создание онлайн-платформы или разработка мобильного приложения).</p> <p>Расчет ROMI для рекламной кампании на основе предоставленных данных (бюджет, доход, валовая прибыль).</p> <p>Анализ кейса по оценке эффективности маркетингового проекта с использованием реальных или близких к реальности данных (например, результаты A/B-тестирования).</p> <p>Разработка системы KPI для конкретного проекта (например, для проекта по запуску интернет-магазина) с обоснованием выбора показателей.</p>	Пр	4/-/-
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
--	------

<p>Изучение методической литературы по теме (PMBOK Guide, статьи по Agile-маркетингу).</p> <p>Подготовка к устному опросу по ключевым понятиям и определениям.</p> <p>Написание эссе на тему «Применимость Agile в цифровом маркетинге: преимущества и ограничения».</p> <p>Решение тестовых заданий по основам управления проектами.</p>	14
<p>Подготовка к анализу кейсов на практическом занятии.</p> <p>Выполнение домашнего задания: описать фазы жизненного цикла для выбранного проекта в сфере цифрового маркетинга (тема проекта выбирается студентом самостоятельно, например, создание лендинга, запуск таргетированной рекламы, разработка контент-плана).</p> <p>Составить список участников проекта и их ролей с кратким описанием резервов).</p>	16
<p>Выполнение домашнего задания: для выбранного ранее проекта (тема 2) построить WBS, диаграмму Ганта, определить критический путь, провести оценку рисков и составить предварительный бюджет.</p> <p>Изучение литературы по методам оценки ресурсов и стоимости проекта.</p>	16
<p>Подготовка к деловой игре (распределение ролей, изучение вводных данных).</p> <p>Выполнение задания: разработать план управления изменениями для гипотетического проекта (процедура подачи и рассмотрения запросов на изменения).</p> <p>Написание реферата на тему «Управление качеством в проектах цифрового проектов (ROMI, многоканальная атрибуция).</p>	16
<p>Подготовка к дискуссии: «Как измерить эффективность имиджевой рекламы?».</p> <p>Выполнение домашнего задания: провести постпроектный анализ учебного проекта (из предыдущих тем), рассчитать основные показатели эффективности (ROMI, SAS, LTV, NPV при необходимости), сделать выводы</p>	16

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Управление проектами» 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 «Управление проектами».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Управление проектами».
3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ (контрольная работа) (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	<p>Методологические основы управления проектами. Изучение методической литературы по теме (РМВОК Guide, статьи по Agile-маркетингу).</p> <p>Подготовка к устному опросу по ключевым понятиям и определениям.</p> <p>Написание эссе на тему «Применимость Agile в цифровом маркетинге: преимущества и ограничения».</p> <p>Решение тестовых заданий по основам управления проектами.</p>	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.5	Л2.1, Л2.3	Л3.1
2	<p>Жизненный цикл и структура проекта. Изучение литературы по моделям жизненного цикла проектов.</p> <p>Подготовка к анализу кейсов на практическом занятии.</p> <p>Выполнение домашнего задания: описать фазы жизненного цикла для выбранного проекта в сфере цифрового маркетинга (тема проекта выбирается студентом самостоятельно, например, создание лендинга, запуск таргетированной рекламы, разработка контент-плана).</p> <p>Составить список участников проекта и их ролей с кратким описанием функций.</p>	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.5	Л2.1, Л2.3	Л3.1
3	<p>Планирование проекта. Решение задач по сетевому планированию (расчет ранних/поздних сроков,</p>	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.5	Л2.1, Л2.3	Л3.1

	<p>резервов).</p> <p>Выполнение домашнего задания: для выбранного ранее проекта (тема 2) построить WBS, диаграмму Ганта, определить критический путь, провести оценку рисков и составить предварительный бюджет.</p> <p>Изучение литературы по методам оценки ресурсов и стоимости проекта.</p> <p>Подготовка к тестированию по вопросам планирования проекта.</p>			
4	<p>Реализация и завершение проекта.</p> <p>Изучение литературы по управлению командой и коммуникациям в проектах.</p> <p>Подготовка к деловой игре (распределение ролей, изучение вводных данных).</p> <p>Выполнение задания: разработать план управления изменениями для гипотетического проекта (процедура подачи и рассмотрения запросов на изменения).</p> <p>Написание реферата на тему «Управление качеством в проектах цифрового маркетинга: методы и инструменты».</p>	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.5	Л2.1, Л2.3	Л3.1
5	<p>Оценка эффективности проекта.</p> <p>Решение задач по расчету показателей эффективности (NPV, IRR, срок окупаемости) с использованием Excel или вручную.</p> <p>Изучение литературы по методам оценки эффективности маркетинговых проектов (ROMI, многоканальная атрибуция).</p> <p>Подготовка к дискуссии: «Как измерить эффективность имиджевой рекламы?».</p> <p>Выполнение домашнего задания: провести постпроектный анализ учебного проекта (из предыдущих тем), рассчитать основные показатели эффективности (ROMI, SAC, LTV, NPV при необходимости), сделать выводы об успешности проекта.</p> <p>Написание эссе на тему «Проблемы оценки эффективности в digital-маркетинге и пути их решения».</p>	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.5	Л2.1, Л2.3	Л3.1

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Управление проектами»

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-4.1: Владеет технологией проектной деятельности в современных организациях, методы и техники создания бизнес-моделей и управления процессами	Модульный проект "Оценка MVP проекта"			x	
	Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"	x			
	Организация проектной деятельности	x			
	Технологическое предпринимательство			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		
	Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"	x			
	Организация проектной деятельности	x			
УК-6.1: Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития	Модульный проект "Оценка MVP проекта"			x	
	Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"	x			
	Организация проектной деятельности	x			
	Практика по профилю профессиональной деятельности				x
	Развитие компетенции менеджера проекта			x	
	Технологическое предпринимательство			x	
	Управление бизнес-процессами			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 «Управление проектами» 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 «Управление проектами» проводится в виде Экзамен.

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
1 семестр			
КТ 1	Контрольная работа		30
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
1 семестр			
КТ 1	Контрольная работа	30	Задание на знание - 10 баллов, задание на умение - 10 баллов, задание на владение - 10 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.

Критерии и шкалы оценивания ответа на экзамене

Сдача экзамена может добавить к текущей балльно-рейтинговой оценке студентов не более 20 баллов:

Содержание билета	Количество баллов
Теоретический вопрос №1	до 7
Теоретический вопрос №2	до 7
Задача (оценка умений и	до 6
Итого	20

Критерии оценки ответа на экзамене

Теоретические вопросы (вопрос 1, вопрос 2)

7 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

5 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Оценивание задачи

6 баллов Задачи решены в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

5 баллов Задачи решены с небольшими недочетами.

4 балла Задачи решены с небольшими недочетами.

3 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

2 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задачи решены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задачи не решены или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

Перевод рейтинговых баллов в пятибалльную систему оценки знаний обучающихся:

для экзамена:

- «отлично» – от 89 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все

предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному;

- «хорошо» – от 77 до 88 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками;

- «удовлетворительно» – от 65 до 76 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки;

- «неудовлетворительно» – от 0 до 64 баллов - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Управление проектами»

Вопросы к экзамену по дисциплине «Управление проектами»

Понятие проекта, его основные характеристики и классификация проектов

Современные стандарты управления проектами: PMBOK и PRINCE2

Гибкие методологии управления проектами: Agile, Scrum, Kanban

Влияние специфики цифрового маркетинга на выбор методологии управления проектами

Фазы жизненного цикла проекта: инициация, планирование, исполнение, контроль, завершение

Модели жизненного цикла проекта: каскадная, итеративная, спиральная

Особенности жизненного цикла проектов в цифровом маркетинге

Участники проекта и их роли

Матрица ответственности RACI: назначение и правила построения

Цели и принципы планирования проекта

Иерархическая структура работ (WBS): методика построения и значение

Методы оценки длительности работ: экспертная оценка, по аналогам, параметрическая

Сетевые модели управления проектами: диаграмма Ганта и метод критического пути

Календарное планирование и определение вех проекта

Планирование маркетинговых проектов: дорожные карты и медиапланирование

Управление рисками проекта: идентификация и анализ рисков

Качественный и количественный анализ рисков, карта рисков

Методы реагирования на риски в проектах цифрового маркетинга

Ресурсное планирование и разработка бюджета проекта

Типичные риски в цифровом маркетинге и способы их минимизации

Организация исполнения проекта: координация работ и распределение задач

Роль проектного менеджера в цифровой среде

Этапы развития команды по Такману

Методы мотивации участников проектной команды

Особенности управления удалёнными командами в digital-среде

Инструменты управления задачами

Мониторинг и контроль реализации проекта: сбор фактических данных

Метод освоенного объёма (Earned Value Management)

Управление изменениями в проекте: запросы, процедура утверждения

Влияние изменений на содержание, сроки и бюджет проекта

Завершение проекта: приёмка результатов и закрытие контрактов

Итоговая отчётность по проекту

Постпроектный анализ маркетинговых проектов

Понятие эффективности проекта и её виды

Показатели коммерческой эффективности: NPV, IRR, PI
Срок окупаемости проекта: простой и дисконтированный
Точка безубыточности проекта и запас финансовой прочности
Ключевые показатели эффективности (KPI) в цифровом маркетинге
Конверсия и вовлечённость как показатели эффективности
Методы сбора данных для оценки эффективности: веб-аналитика
Сквозная аналитика в оценке маркетинговых проектов
Проблемы оценки эффективности в цифровом маркетинге: многоканальность
Модели атрибуции в оценке эффективности рекламных кампаний
Ограничения моделей атрибуции и пути повышения точности ROMI
Планирование коммуникаций в проекте
Матрица коммуникаций для проектов в сфере цифрового маркетинга
Эффективные формы отчётности и каналы связи с заказчиком
Взаимодействие с подрядчиками и командой в проекте
Конфликтные ситуации в проектах и методы их разрешения
Проектный треугольник: содержание, сроки, бюджет
Управление качеством в проектах цифрового маркетинга
Особенности инициации проектов в digital-среде
Бизнес-моделирование в проектной деятельности
Канва бизнес-модели в маркетинговых проектах
Применение Scrum в маркетинговых командах
Управление спринтами при реализации digital-проектов
Роль аналитики данных в управлении проектами
Документирование требований в маркетинговых проектах
Управление ожиданиями стейкхолдеров
Цифровые инструменты для планирования и контроля проектов
Тенденции развития проектного управления в условиях цифровой трансформации
Темы письменных работ (эссе) по дисциплине «Управление проектами»

Тема 1: Методологические основы управления проектами

Эволюция подходов к управлению проектами: от классических стандартов к гибким методологиям.

Agile-маркетинг: возможности, ограничения и условия успешного внедрения в современных компаниях.

Сравнительный анализ применения Scrum и Kanban в управлении проектами цифрового маркетинга.

Роль проектного менеджера в цифровой трансформации компании: компетенции, функции, зоны ответственности.

Адаптация стандартов PMBOK и PRINCE2 к специфике проектов в сфере маркетинга и продаж.

Сравнительный анализ традиционного (водопадного) и гибкого подходов к управлению маркетинговыми проектами.

Тема 2: Жизненный цикл и структура проекта

Особенности жизненного цикла проекта по разработке и выводу на рынок цифрового продукта (мобильного приложения, онлайн-сервиса).

Управление стейкхолдерами в маркетинговых проектах: методы идентификации, анализа и взаимодействия.

Матрица ответственности RACI как инструмент повышения эффективности командного взаимодействия в digital-проектах.

Роль заказчика и команды на разных фазах жизненного цикла проекта: проблемы и пути их решения.

Формирование эффективной структуры управления проектом в условиях матричной организационной структуры компании.

Тема 3: Планирование проекта

Иерархическая структура работ (WBS) как фундамент успешного планирования маркетингового проекта.

Метод критического пути в планировании проектов цифрового маркетинга: преимущества и ограничения.

Современные инструменты календарного планирования : сравнительный анализ и рекомендации по выбору.

Управление рисками в проектах запуска рекламных кампаний: методы идентификации и стратегии минимизации.

Бюджетирование маркетинговых проектов: подходы, структура затрат, типичные ошибки.

Планирование ресурсов в проектах цифрового маркетинга: балансировка загрузки команды и аутсорсинг.

Методы экспертной оценки в планировании сроков и стоимости маркетинговых проектов.

Тема 4: Реализация и завершение проекта

Формирование и развитие команды проекта в условиях удалённой работы: вызовы и лучшие практики.

Мотивация участников проектной команды в сфере цифрового маркетинга: материальные и нематериальные стимулы.

Метод освоенного объёма как инструмент контроля эффективности реализации проекта.

Управление изменениями в проекте: как сохранить баланс между гибкостью и стабильностью.

Извлечённые уроки (lessons learned): культура рефлексии и её роль в повышении зрелости проектного управления.

Приёмка результатов маркетингового проекта: критерии, процедуры, типичные проблемы.

Управление качеством в проектах цифрового маркетинга: стандарты, метрики, инструменты контроля.

Тема 5: Оценка эффективности проекта

Проблема многоканальной атрибуции в оценке эффективности digital-проектов: современные подходы и модели.

Сравнительный анализ методов оценки эффективности (NPV, IRR, ROI) применительно к проектам в сфере цифрового маркетинга.

Сквозная аналитика как инструмент комплексной оценки эффективности маркетинговых проектов.

Сбалансированная система показателей (BSC) в оценке результатов проектной деятельности маркетинговой службы.

Оценка социальной и имиджевой эффективности маркетинговых проектов: методы и показатели.

Тема 1: Методологические основы управления проектами

• Тестовые задания:

(Выбор правильного ответа) Что из перечисленного относится к трем основным ограничениям проекта?

А) Ресурсы, риски, коммуникации

Б) Время, деньги (бюджет), качество (содержание)

В) Персонал, сроки, технологии

Г) Цели, результаты, стейкхолдеры

(Установление соответствия) Соотнесите название стандарта/методологии управления проектами с его ключевой характеристикой:

PMBOK А) Гибкая методология для итеративной разработки

PRINCE2 Б) Свод знаний по управлению проектами (процесный подход)

Scrum В) Методология, основанная на процессах и продуктах, широко используется в Великобритании

(Выбор верных утверждений) Какие из перечисленных свойств характеризуют проект как объект управления? (Множественный выбор)

Уникальность результата

Повторяемость операций

Временная определенность (начало и конец)

Жесткая регламентация процессов

Ограниченность ресурсов

• Практические задания:

Анализ кейса: Сравните два подхода к реализации задач: «Запуск контекстной рекламной кампании» (рассматривать как проект) и «Ежедневная модерация сообществ в социальных сетях» (рассматривать как процесс). Выделите ключевые различия по целям, длительности, уникальности и ресурсам. Результаты оформите в виде таблицы .

Дискуссия: Подготовьте аргументы для дискуссии на тему «Agile-маркетинг: дань моде или объективная необходимость для современных компаний?». Приведите примеры, когда гибкий подход применим, а когда — нет.

Тема 2: Жизненный цикл и структура проекта

• Тестовые задания:

(Выбор правильного ответа) Какая фаза жизненного цикла проекта следует непосредственно за фазой планирования?

А) Инициация

Б) Исполнение (реализация)

В) Завершение

Г) Мониторинг и контроль

(Заполнение пропуска) Организационная структура, которая объединяет преимущества функциональной и проектной структур и предполагает двойное подчинение сотрудников, называется _____ .

(Выбор правильного ответа) Кто из участников проекта является ключевым лицом, ответственным за достижение целей проекта и несущим ответственность за его успех?

А) Спонсор (куратор) проекта

Б) Менеджер проекта

В) Заказчик

Г) Подрядчик

• Практические задания:

Построение схемы жизненного цикла: Опишите фазы жизненного цикла для проекта «Разработка и запуск мобильного приложения для программы лояльности». Для каждой фазы укажите ключевые работы и результат (веху).

Разработка матрицы ответственности: Для проекта «Внедрение CRM-системы в отдел продаж» разработайте матрицу ответственности RACI для следующих ролей (Заказчик, Руководитель IT-отдела, Менеджер проекта, Менеджер по продажам) и видов работ (Сбор требований, Настройка системы, Обучение персонала, Тестовая эксплуатация).

Тема 3: Планирование проекта

• Тестовые задания:

(Выбор правильного ответа) Как называется инструмент, который предназначен для графического представления иерархической декомпозиции работ проекта?

А) Диаграмма Ганта

Б) Сетевой график

В) Иерархическая структура работ (WBS)

Г) Матрица ответственности

(Выбор правильного ответа) Последовательность работ сетевого графика, которая имеет самую большую продолжительность и определяет минимальное время выполнения проекта, называется:

А) Оптимистический путь

Б) Критический путь

В) Опорный путь

Г) Путь максимальных резервов

(Выбор правильных утверждений) Какие методы могут использоваться для идентификации рисков проекта?

А) Мозговой штурм

Б) Метод Дельфи

В) Построение диаграммы Ганта

Г) Анализ документации

Д) SWOT-анализ

• Практические задания:

Расчетная задача: Используя данные о работах проекта и их взаимосвязях (см. таблицу), постройте сетевой график, определите критический путь и общую продолжительность проекта.

Рассчитайте резервы времени для некритических работ .

Работа	Непосредственно предшествующая работа	Длительность (дни)
A	-	4
B	-	6
C	A	2
D	A	6
E	C, B	3
F	C, B	3
G	D, E	5

Разработка плана проекта: Для сквозного проекта (например, «Запуск интернет-магазина handmade-товаров»), который студенты начали разрабатывать в теме 2, выполните следующие действия :

Постройте иерархическую структуру работ (WBS) минимум до 2-го уровня.

Определите основные риски проекта и проведите их качественный анализ, построив карту рисков (вероятность/влияние).

Тема 4: Реализация и завершение проекта

• Тестовые задания:

(Выбор правильного ответа) Что из перечисленного является методом контроля, позволяющим одновременно оценить отклонения по срокам и по бюджету проекта?

А) Анализ контрольных списков

Б) Метод освоенного объема (Earned Value Management)

В) Функционально-стоимостной анализ

Г) Диаграмма Ганта

(Выбор правильного ответа) На какой фазе развития команды, по Такману, происходят конфликты и борьба за лидерство?

А) Формирование (Forming)

Б) Шторм (Storming)

В) Нормализация (Norming)

Г) Исполнение (Performing)

(Заполнение пропуска) Документирование информации об успешных и неудачных практиках, полученных в ходе реализации проекта, с целью использования в будущих проектах называется «_____».

• Практические задания:

Анализ ситуации (деловая игра): Вы — менеджер проекта. В ходе реализации проекта «Разработка лендинга» возникло отклонение: ключевой дизайнер ушел на больничный на 2 недели, из-за чего сдвигаются сроки сдачи макета. Подготовьте план действий: кому сообщить (матрица коммуникаций), какие варианты решения проблемы (замена ресурса, перенос сроков), как оценить влияние на бюджет и сроки.

Разработка документа: Составьте чек-лист приемки результатов для проекта «Разработка лендинга». Включите в него не менее 10 критериев, которым должен соответствовать готовый продукт (технические требования, требования к дизайну, контенту и т.д.).

Тема 5: Оценка эффективности проекта

• Тестовые задания:

(Выбор правильного ответа) Какой показатель возврата маркетинговых инвестиций рассчитывается как отношение дополнительной прибыли, полученной от маркетинговых мероприятий, к затратам на эти мероприятия?

А) NPV

Б) ROI / ROMI

В) SAC

Г) LTV

(Выбор правильного ответа) Проект принимается, если значение чистого дисконтированного дохода (NPV):

А) Меньше 0

Б) Равно 0

В) Больше 0

Г) Любое, главное, чтобы был положительный срок окупаемости

(Выбор правильных утверждений) Какие из перечисленных показателей относятся к KPI в цифровом маркетинге для оценки эффективности проекта?

А) Стоимость привлечения клиента (CAC)

Б) Внутренняя норма доходности (IRR)

В) Пожизненная ценность клиента (LTV)

Г) Коэффициент конверсии (CR)

Д) Индекс доходности (PI)

• Практические задания:

Расчетная задача: Компания вложила в разработку и запуск интернет-магазина 1 500 000 руб. Прогнозируемые чистые денежные потоки по годам: 1-й год — 400 000 руб., 2-й год — 700 000 руб., 3-й год — 900 000 руб. Ставка дисконтирования составляет 12%. Рассчитайте чистый дисконтированный доход (NPV), индекс доходности (PI) и простой срок окупаемости проекта. Сделайте вывод о целесообразности инвестиций.

Расчетная задача: В рамках проекта по запуску рекламной кампании в Instagram были потрачены средства в размере 250 000 руб. В результате кампании было привлечено 50 новых клиентов, каждый из которых в среднем принес компании прибыль в размере 8 000 руб. Рассчитайте ROMI (возврат маркетинговых инвестиций) и SAC (стоимость привлечения клиента) для данной кампании. Оцените эффективность кампании.

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 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>

Л1.2 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>

Л1.3 Ташкинов А. Г. Управление проектами и изменениями при цифровой трансформации предприятия [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Санкт-Петербург: Лань, 2024. - 196 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/422597>

Л1.4 Филин С. А., Великороссов В. В., Кузнецов Б. Т. Управление проектами и оценка их эффективности [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2024. - 335 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/951971>

Л1.5 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>

дополнительная

Л2.1 Островская В. Н., Воронцова Г. В., Момотова О. Н. Управление проектами. Том 1 [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2023. - 198 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/949219>

Л2.2 Островская В. Н., Воронцова Г. В., Момотова О. Н. Управление проектами. Том 2 [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2023. - 196 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/949218>

Л2.3 Смолина Е. Ю., Аникина Ю. А. Управление проектами (для инженерных специальностей) [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Специалитет. - Москва: КноРус, 2024. - 152 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/955235>

Л2.4 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 ПРОЕКТАМИ	https://elar.ssmu.ru/bitstream/20.500.12701/4004/1/tut_ssmu-2022-37.pdf
2	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ	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

3	УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ	http://repo.donnu.ru:8080/jspui/bitstream/123456789/4962/1/4371.pdf
---	----------------------	---

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Управление проектами»

1. Общие положения

Настоящие методические указания разработаны в помощь магистрантам для эффективного освоения дисциплины «Управление проектами». Они содержат рекомендации по организации учебного процесса, работе с лекционным материалом, подготовке к практическим занятиям, выполнению самостоятельной работы, использованию учебно-методического обеспечения, а также по подготовке к промежуточной аттестации (экзамену).

Дисциплина «Управление проектами» относится к обязательной части учебного плана и направлена на формирование у обучающихся системных знаний, умений и навыков в области проектного менеджмента с учётом специфики цифрового маркетинга и управления продажами. Изучение дисциплины базируется на знаниях, полученных при освоении программ бакалавриата или специалитета (менеджмент, маркетинг, экономика), и служит основой для дальнейшей профессиональной деятельности и научно-исследовательской работы.

2. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины:

Формирование у магистрантов теоретических знаний и практических навыков в области управления проектами, необходимых для эффективной реализации проектов в сфере цифрового маркетинга и управления продажами в условиях современной бизнес-среды.

Задачи дисциплины:

изучить методологические основы управления проектами, современные стандарты и гибкие методологии;

освоить инструменты планирования, реализации, контроля и завершения проектов;

сформировать умения применять проектный подход для решения маркетинговых задач и задач в области продаж;

развить навыки оценки эффективности проектов, включая специфические показатели цифрового маркетинга (ROMI, SAC, LTV и др.);

выработать способность к саморазвитию и творческому использованию проектного опыта.

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Методологические основы управления проектами

Понятие и свойства проекта. Классификация проектов. Современные стандарты (PMBOK, PRINCE2). Гибкие методологии (Agile, Scrum, Kanban). Особенности проектов в цифровом маркетинге.

Тема 2. Жизненный цикл и структура проекта

Фазы жизненного цикла. Модели жизненного цикла (каскадная, итеративная, спиральная). Участники проекта. Матрица ответственности RACI.

Тема 3. Планирование проекта

Иерархическая структура работ (WBS). Оценка длительности. Сетевые модели: диаграмма Ганта, метод критического пути. Ресурсное планирование и бюджетирование. Управление рисками. Планирование маркетинговых проектов.

Тема 4. Реализация и завершение проекта

Организация исполнения. Управление командой (этапы развития, мотивация, удалённая работа). Мониторинг и контроль: метод освоенного объёма. Управление изменениями. Завершение проекта: приёмка, отчётность, извлечённые уроки.

Тема 5. Оценка эффективности проекта

Понятие эффективности. Показатели коммерческой эффективности (NPV, IRR, PI, срок окупаемости). KPI в цифровом маркетинге (ROMI, SAC, LTV, конверсия). Проблемы многоканальной атрибуции. Сквозная аналитика.

6. Рекомендации по работе с лекционным материалом

Лекционные занятия составляют теоретическую основу дисциплины. Для эффективного усвоения материала рекомендуется:

Перед каждой лекцией ознакомиться с планом и вопросами темы (рабочая программа, методические указания).

Приходить на лекцию, имея конспект предыдущей лекции и вопросы по ней.

Вести конспект структурированно: записывать тему, план, ключевые определения, схемы, формулы, примеры.

Фиксировать вопросы, возникающие в ходе лекции, для последующего обсуждения на практических занятиях или консультациях.

После лекции в тот же день (или в ближайшее время) просмотреть конспект, при необходимости дополнить его, выделить непонятные моменты.

Использовать рекомендованную литературу для углублённого изучения тем.

7. Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Практические занятия направлены на формирование умений и навыков применения теоретических знаний.

Подготовка к практическому занятию включает:

Изучение теоретического материала по теме (лекции, учебник).

Ознакомление с планом занятия и заданиями для самостоятельной работы (указываются в рабочей программе или доводятся преподавателем).

Выполнение предварительных заданий: решение задач, анализ кейсов, подготовка презентаций, чтение дополнительной литературы.

Формулирование вопросов для обсуждения.

На практическом занятии важно:

Активно участвовать в обсуждениях, дискуссиях, деловых играх.

Аргументировать свою точку зрения, опираясь на теорию и примеры из практики.

Внимательно слушать ответы других студентов, дополнять, задавать уточняющие вопросы.

При групповой работе чётко распределять роли, фиксировать результаты, соблюдать регламент.

После занятия рекомендуется:

Проанализировать полученные результаты, зафиксировать выводы.

Обратиться к преподавателю за консультацией по сложным вопросам.

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 аудитор или	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	Э-160 Э-165	<p>Специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic EX620 X6A – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., мониторы - 3 шт., плазменная панель - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.</p> <p>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.</p>
		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.
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 «Управление проектами» 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 «Управление проектами» рассмотрена на заседании Кафедра менеджмента и устойчивого развития территорий протокол № 24 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 «Управление проектами» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 8 от 26.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Руководитель ОП _____