

**Негосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Международный институт экономики и права»
(НОУ МИЭП)**

**Методические указания для проведения практических занятий
по дисциплине «Маркетинг проектов»**

(для студентов факультета «Экономики и управления»)

Методические указания
составил(а):

К.А. Лебедев д.э.н., доц.

разработаны в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (уровень магистратуры) (приказ Минобрнауки России от 30.03.15г. №322).

составлены на основании учебного плана:

утвержденного Учёным советом НОУ МИЭП.

Методические указания одобрены на заседании кафедры

Менеджмента, государственного и муниципального управления

Протокол от

30 августа 2018 г.

№ 1

Срок действия методических
указаний:

2018/19 уч. год

Зав. кафедрой

Н.А. Завалько

Содержание

1. Цель и задачи методических указаний.....	4
2. Перечень тем практических занятий.....	6
3. Содержание и методика проведения практических занятий	7
4. Заключение. Освоение компетенций.....	14
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение	16

1. Цель и задачи методических указаний

Методические указания предназначены для выполнения практических работ по направлениям обучения по программе 38.04.02 и разработаны в соответствии с содержанием рабочей программы дисциплины. Рекомендации предназначены для оказания помощи обучающимся при выполнении задач, тестовых заданий, усвоении теоретических вопросов по курсу на практических занятиях.

Практическое занятие – это одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного теоретического материала, его более глубокое усвоение и формирование умения применять теоретические знания в практических целях. Готовясь к практическому занятию, обучающийся должен освежить в памяти теоретические сведения, полученные на лекции, самостоятельном изучении. Только это обеспечит высокую эффективность практических учебных занятий.

Преподаватель имеет возможность в личном кабинете наблюдать за работой каждого обучающегося, оказывая ему необходимую методическую и консультационную помощь на практическом занятии. Практические занятия являются важной формой, способствующей усвоению курса. Основные задачи этих занятий сводятся к тому, чтобы научить обучающихся, самостоятельно мыслить, изжить имеющиеся штампы и способствовать расширению общей культуры. В ходе занятий обучающиеся должны научиться применять выработанную методику в практике конкретных исследований.

В процессе практических занятий обучающихся выполняют различные виды работы. Практические работы могут носить репродуктивный и поисковый характер. Работы, носящие репродуктивный характер, отличаются тем, что при их проведении обучающихся пользуются подробными инструкциями, в которых указаны: цель работы, пояснения порядка выполнения работы, заполнения таблицы.

Работы, носящие поисковый характер, отличаются тем, что при их проведении обучающиеся не пользуются подробными инструкциями, им не задан порядок выполнения необходимых действий, от обучающихся требуется выбор способов выполнения работы, инструктивной и справочной литературы. Работы, носящие поисковый характер, отличаются тем, что обучающиеся должны решить новую для них проблему, опираясь на имеющиеся у них теоретические знания.

Содержание практических занятий является решением разного рода задач, работа с литературой, справочниками, составление таблиц, схем, и др. Тематика, содержание и количество часов, отводимое на практические занятия, зафиксировано в рабочей программе дисциплины. Состав практических заданий планируется с таким расчетом, чтобы за отведенное время обучающиеся смогли их качественно выполнить.

При проведении практических занятий используются различные формы организации работы обучающихся: фронтальная, групповая, индивидуальная. Каждая из них позволяет решать определенные дидактические задачи:

разнообразить работу обучающихся, повысить ответственность каждого обучающегося за самостоятельное выполнение полного объема работ, повысить качество подготовки обучающихся.

Основными этапами практического занятия являются:

1. проверка знаний обучающихся – их теоретической подготовленности к занятию;

2. инструктаж, проводимый преподавателем;

3. выполнение заданий, работ, упражнений, решение задач, тестовых задач;

4. последующий анализ и оценка выполненных работ и степени овладения, обучающихся запланированными компетенциями.

Критерии и показатели, используемые при оценивании выполнения задания:

Знать: тезаурус маркетинга и управления проектами, ключевые процессы управления проектами, функции, методы управления проектами.

Уметь: инициировать, планировать, организовывать проекты, контролировать и завершать проекты, объективно анализировать отечественный опыт управления проектами.

Владеть: навыками подбора, расстановки, стимулирования команды проекта, методами организации взаимодействия между основными субъектами проекта (заказчики, подрядчики, исполнители), способностью поиска, реализации и корректировки организационно-управленческих решений по широкому спектру социально-экономических проблем.

Описание каждой практической работы содержит: тему, цели работы, оборудование, задания, порядок выполнения заданий, формы контроля, требования к выполнению заданий.

2. Перечень тем практических занятий

Практическое занятие № 1 «Маркетинг и управление проектами в организациях»

Практическое занятие № 2 «Проект как объект управления»

Практическое занятие № 3 «Субъекты и организация проекта»

Практическое занятие № 4 «Маркетинг в процессе инициации проектов»

3. Содержание и методика проведения практических занятий

Практическое занятие № 1. Маркетинг и управление проектами в организациях

Одно из отличий проекта от операционной деятельности состоит в том, что любой проект является однократной, а не циклической процедурой. При этом далеко не всякая «однократная деятельность» может быть квалифицирована как проект.

1. Перечислите другие отличительные признаки, характеризующие проект и проектную деятельность.

2. Поясните аббревиатуры: а) IPMA, б) PMBOK, в) SOVNET (SOVNET).

«Тройственное ограничение» – это название одной из наиболее известных концепций проектного менеджмента. Ее суть и предназначение связываются с необходимостью учета трех видов ограничений: по срокам, затратам (ресурсам) и качеству продукта. Именно требования (ограничения) по этим трем параметрам (рис.1) в решающей степени влияют на содержание проекта и его общий результат.

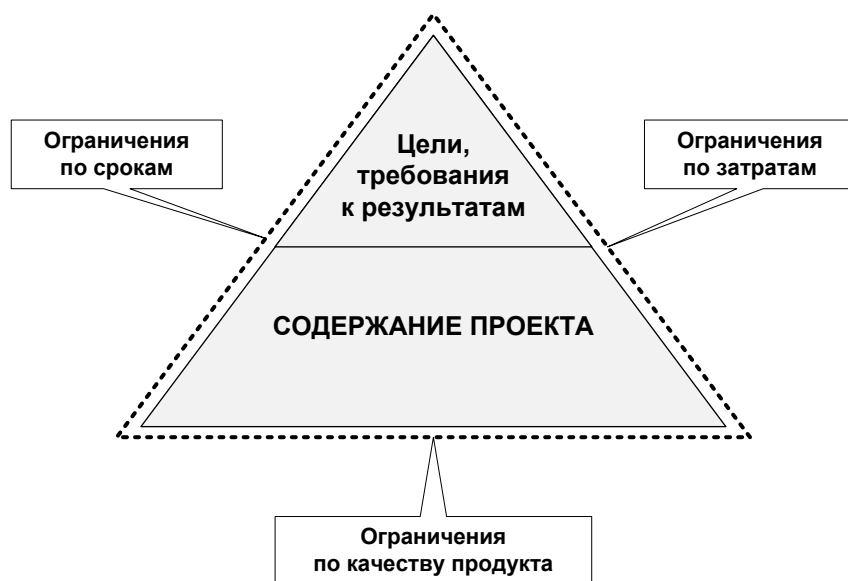


Рис. 1. Концепция «тройственного ограничения» (время, затраты, качество).

Следует особо заметить, что указанные требования являются взаимозависимыми. Так, например, дополнительные требования к качеству (функциональности) создаваемого продукта могут обусловить удорожание проекта и увеличение сроков его реализации. И наоборот: сокращение финансирования зачастую сказывается на качестве и увеличивает сроки выполнения работ.

3. Выступите в роли аналитика и консультанта крупного бизнесмена,

который рассматривает возможность покупки известного европейского футбольного клуба, испытывающего серьезные финансовые трудности. Станет ли данное приобретение активом? Если эта покупка-продажа состоится, будет ли она являться проектом? Почему?

Ситуация. Серийный выпуск продукции не имеет заранее определенного конца во времени и зависит лишь от наличия и величины спроса. (Например, многие легендарные модели автомобилей не сходили с конвейера десятилетиями!) Производственный цикл завершается тогда, когда резко падает и прекращается спрос. Производственные циклы не являются проектами в чистом виде, однако запуск или модернизация производственного процесса всегда являются проектами.

4. Познакомьтесь с информацией, размещенной на официальном сайте ОАО «АВТОВАЗ» (<http://www.avtovaz.ru>) и публичными заявлениями Бу Андерссона, а затем перечислите текущие и будущие проекты, планируемые на данном предприятии.

5. Приведите примеры из других областей промышленного производства, когда наряду с основной деятельностью компания реализует проекты в интересах лиц и организаций на договорной основе.

Практическое занятие № 2. Проект как объект управления

Жизненный цикл проекта (ЖЦП) – это полный набор его, как правило, последовательных фаз от начала до момента завершения, число которых определяется исходя из технологии производства в целом и видов отдельных работ, потребностей контроля со стороны организации или организаций, вовлеченных в проект.

ЖЦП может включать четыре основные (укрупненные) фазы:

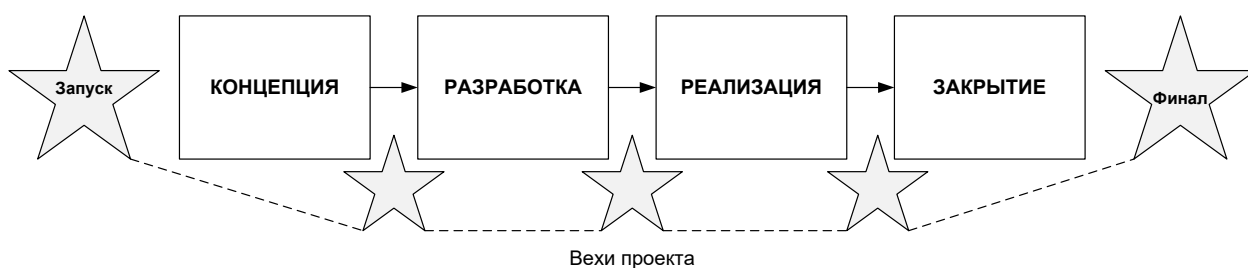


Рис. 2. Типовой жизненный цикл проекта.

Каждая фаза проекта является комплексом логически связанных работ и операций, по завершении которых достигается один из значимых промежуточных либо окончательных результатов. Веха проекта – значительное событие в проекте, зачастую обозначающее фактическое достижение значимого промежуточного результата и/или смену фазы...

Реальная практика субъектов экономической деятельности свидетельствует о том, что несмотря на детальную концептуальную проработку концепции ЖЦП, немалая часть проектов (например, в России) выполняется с существенными нарушениями по срокам, затратам и качеству, а некоторые из них становятся «вечными проектами»...

1. Приведите 2-3 примера неудачных проектов в рамках обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.

2. Сведите все причины в две группы (объективные / субъективные) и поясните, какие из них можно было нейтрализовать или минимизировать

Каждый проект является уникальным. При этом уровень (степень) уникальности проектов может существенно различаться. Например, типовым проектам с минимальным уровнем неопределенности адекватна формальная система взаимоотношений с участниками, которая базируется на едином календарном плане, контрактах и штрафных санкциях за отклонения от плановых показателей. Такие проекты, в которых менеджер стремится минимизировать отклонения от планов и вносимые в проект изменения, иногда называют «закрытыми».

В уникальных проектах с многочисленными областями неопределенности (их называют «открытыми») внесение изменений в содержание и планы неизбежно. Для таких проектов необходима управленческая система, которая

чувствительна к любым внешним изменениям и способна быстро и гибко корректировать проект с наименьшими затратами. Обязательным элементом такой системы является «карта реализации проекта» (projectroadmap), позволяющая привязать процедуры подготовки и принятия всех управленческих решений к ЖЦП. Кроме того, для проектов данного типа особую роль играют процессы управления рисками и коммуникациями.

3. На конкретных примерах «закрытого» и «открытого» проектов опишите 3-4 проблемы, которые лично для Вас могут оказаться трудноразрешимыми.

4. Кем из команды проекта и как (пути, средства) они могут быть решены?

Практическое занятие № 3. Субъекты и организация проекта

Ключевой функцией менеджера проекта является достижение и поддержание баланса между различными, часто не совпадающими или диаметрально противоположными, интересами участников (рис. 3):

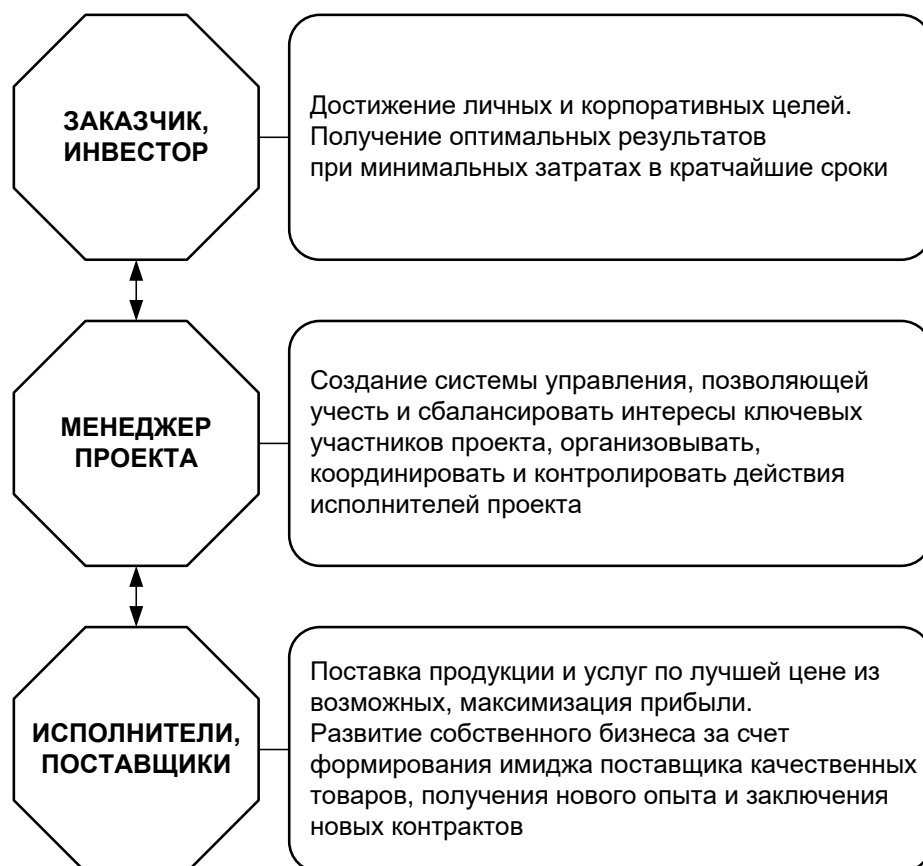


Рис. 3. Менеджер проекта как «модератор» интересов заказчика и исполнителей.

1. Имеет ли смысл деление участников проекта на категории первостепенных и второстепенных в рамках управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников и сетями? Поясните.

2. Какие проблемы создают «внешние участники» для команды проекта?

3. Перечислите сильные и слабые качества всех участников проекта и назовите 2-3 стратегии, которые они могут использовать для достижения своих целей.

4. Почему одни участники могут оказывать большее влияние на содержание и ход реализации проекта, чем остальные? Укажите основные причины субъективного и объективного характера.

5. Какие стратегии, тактические способы и конкретные приемы может использовать менеджер для нейтрализации «вызовов», источниками которых являются заказчик, инвестор, исполнители, поставщики? (Поясните на примере двух любых категорий участников)

проекта).

6. Назовите и аргументируйте 3-4 «индикатора», свидетельствующие о том, что менеджер и команда проекта эффективно «управляют» другими участниками.

Практическое занятие № 4. Маркетинг в процессе инициации проектов

Одним из важнейших инструментов менеджера, применяемых на начальных фазах управления проектом, является Устав – документ, который формализует и авторизует проект. В разработке и согласовании Устава проекта должны принимать участие основные заинтересованные стороны проекта во главе с заказчиком.

Приступая к определению целей проекта, следует учитывать тот факт, что они могут быть: а) явными и скрытыми от некоторых или всех участников; б) разнонаправленными, несовпадающими у заказчика и исполнителя, других заинтересованных сторон; в) разными по уровню (иерархичными).

1. Приведите примеры несовпадающих целей по каждому из трех критериев.

2. Какие практические действия может и должен предпринять менеджер на этапе инициации проекта для снятия (устранения) или смягчения противоречий между различными субъектами?

3. Гарантирует ли скрупулезная подготовительная работа то, что указанные противоречия не возникнут в будущем? Обоснуйте свою точку зрения.

Практическое задание. Воспользуйтесь любым учебником или учебным пособием по маркетингу, где есть раздел или главы, раскрывающие понятия «маркетинг идей», «маркетинг лиц», «маркетинг организаций».

4. Что нового Вы узнали, познакомившись с этим направлением маркетинговой деятельности, и как эти знания можно применить к сфере управления проектами?

4. Заключение. Освоение компетенций

Реализация компетенций:

ПК-1 - Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;

ПК-6 - Способен обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;

ПК-8 - Способен обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.

1. Степень завершенности и правильности ответов на задания ПТК: полнота раскрытия вопросов; – обоснованность способов и методов работы с материалом; – умение работать с литературой; – умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.

2. Полнота и целостность выполнения задания, полнота использования литературных источников по вопросам анализа учебной литературы для решения профессиональных задач коллектива.

3. Соблюдение требований к решению задач: правильное оформление; грамотность и культура изложения; владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы.

Преподаватель анализирует оценочную таблицу. Выставляет и мотивирует итоговые оценки.

1. оценки **«отлично»** заслуживает обучающийся, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала;

2. оценки **«хорошо»** заслуживает обучающийся, обнаруживший полные знания учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;

3. оценки **«удовлетворительно»** заслуживает обучающийся, обнаруживший знание учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной

литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся, допустившим погрешность в ответе, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя;

4. оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Преподаватель сообщает о достижении целей занятия:

ПК-1 - Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;

ПК-6 - Способен обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;

ПК-8 - Способен обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.

На основании заключительной беседы с обучающимися преподаватель делает вывод, о том насколько достигнуты цели практического занятия.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ						
Рекомендуемая литература						
Основная литература						
Код	Авторы	Заглавие	Назначение	Издательство	Год издания	Количество
Л1.1	Пчелина О.В. Тарбушкин А.Ю.	Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере	учебное пособие	Йошкар-Ола : ПГТУ, 2016. - 92 с.	2016	
Л1.2	Ехлаков Ю.П.	Управление программными проектами	учебник	Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. - 217 с.	2015	
Л1.3	Рыбалова Е.А.	Управление проектами	учебное пособие	Томск: Факультет дистанционного обучения ТУСУРа, 2015. - 206 с.	2015	
Дополнительная литература						
Л2.1	Морозов Ю.В., Гришина В.Т.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с.	2016	
Л2.2	Патласов О.Ю.	Маркетинг персонала	учебник	Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с.	2016	
Л2.3	Акулич М.В.	Интернет-маркетинг	учебник	Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с.	2016	
Л2.4	Гришина В.Т., Дробышева Л.А., Дашкова Т.Л.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 446 с.	2018	
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»						
	Наименование ресурса	Адрес				
Э1	Корпоративный менеджмент; библиотека управления)	http://www.cfin.ru				
Э2	Международная ассоциация управления проектами	http://ipma.ch				
Э3	Международная организация по стандартизации	http://www.iso.org				