

# **«МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ И МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ»**

## **Б1.В.ДВ.7.1**

Дисциплина «Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Управление проектами» квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** изучения дисциплины «Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами» является формирование у обучающихся комплексного представления о маркетинговых стратегиях, основанных на маркетинговом анализе, в процессе управления проектами.

#### **Основными задачами дисциплины являются:**

представление обучающимся целостной картины управления проектами; развитие навыков использования маркетингового анализа при разработке маркетинговых стратегий, направленных на реализацию проектов;

приобретение умений использовать полученные знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры**

Дисциплина «Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами» относится к вариативной части дисциплин по выбору цикла «Дисциплины (модули)» магистерской программы «Управление проектами» по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами» изучается на основе следующих дисциплин: «Современный стратегический анализ», «Корпоративные финансы (продвинутый уровень)», «Организация бухгалтерского и управленческого учета на предприятии».

Дисциплина «Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами» изучается одновременно с дисциплинами: «Эконометрика (продвинутый уровень)», «Оценка и развитие бизнеса (продвинутый уровень)», «Управление финансами и бюджетирование».

Дисциплина «Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами» является основой для изучения следующих дисциплин: «Управленческая экономика», «Финансовый анализ проектов», «Управление инвестициями на базе информационных технологий», «Управление изменениями».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.04.02

«Менеджмент» программы «Управление проектами».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

**ПК-4** способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

**ПК-8** способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

**ПК-5** - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

содержание методов диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем в части: анализа маркетинговой среды, стратегического анализа отраслевых условий;

концепции разработки корпоративных стратегий, программ организационного развития и изменения и обеспечивать их реализацию в процессе управления проектами;

методы разработки корпоративных стратегий, программ организационного развития и изменения и обеспечивать их реализацию в части разработки маркетинговых стратегий в управлении проектами.

**Уметь:**

применять теоретические и эмпирические методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем в части: анализа маркетинговой среды, стратегического анализа отраслевых условий;

применять теоретические и эмпирические концепции разработки корпоративных стратегий, программ организационного развития и изменения и обеспечивать их реализацию в процессе управления проектами;

применять теоретические и экспериментальные методы разработки корпоративных стратегий, программ организационного развития и изменения и обеспечивать их реализацию в части разработки маркетинговых стратегий в управлении проектами.

**Владеть:**

навыком применения методов диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем в части: анализа маркетинговой среды, стратегического анализа отраслевых условий;

навыком применения концепций разработки корпоративных стратегий, программ организационного развития и изменения и обеспечивать их реализацию в процессе управления проектами;

навыком применения методов разработки корпоративных стратегий, программ организационного развития и изменения и обеспечивать их реализацию в части разработки маркетинговых стратегий в управлении проектами.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.