

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**«Управление проектами»**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»**  
**профиль «Маркетинг»**

**1. Цель дисциплины:**

освоение студентами основных концепций, философии и методологии проектного менеджмента, приобретение базовых навыков управления проектами разных типов, а также формирование основы системы компетенций в области обоснования, подготовки, планирования и контроллинга проектов различных типов и масштаба.

Изучается в 8 семестре (очная форма), 9 семестре (заочная форма).

**Задачи дисциплины:**

- изучение основных теоретических вопросов и рассмотрение существующего российского и зарубежного практического опыта по управлению проектами в организации, определить необходимость и сущность управления проектами;
- изучение проектного цикла и определение примерного содержания фаз жизненного цикла проекта;
- рассмотрение функции (планирование, контроль, анализ, мониторинг, оценка и т.д.) и подсистемы (управление качеством, временем, рисками и т.д.) по основным фазам проектного цикла (от анализа инвестиционных возможностей до закрытия проекта).

**2. Место дисциплины в структуре ОП.** Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля дисциплин по выбору 8 семестра (очная форма) / 9 семестра (заочная форма), углубляющих освоение профиля.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Маркетинг», «Операционный менеджмент», «Основы бизнеса», «Стратегический менеджмент», «Теория организации и организационное поведение», «Управление маркетингом», «Международный бизнес», «Управление человеческими ресурсами», «Бизнес-планирование»)

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Маркетинг территорий», «Оценка в проектном анализе и проектное финансирование».

**3. Требования к результатам освоения дисциплины.**

Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (**ПКП-2**).

Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (**ПКП-3**).

Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации (**ПКП-5**).

В результате изучения дисциплины студент должен

**знать:**

- сущность управления проектами;
- цели этого вида деятельности
- задачи, решаемые менеджером проектов;
- критерии оценки результативности деятельности менеджера проектов;

**уметь:**

- обосновывать управленческие решения в предметной области управления проектами;

– пользоваться современным программным обеспечением управления проектами;

***владеть:***

– теоретическими основами управления проектами;

– терминологией управления проектами и информационных моделей управления проектами;

– методикой планирования инвестиционной фазы проекта;

– методами мониторинга выполнения проекта.

**Распределение времени по видам занятий**

***Очная форма:***

Объем часов аудиторных занятий 24 час.

Лекции 12 час.

Семинарские и практические занятия 12 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 84 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).

***Заочная форма:***

Объем часов аудиторных занятий 12 час.

Лекции 4 час.

Семинарские и практические занятия 8 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 96 час.

В т.ч. контрольная работа.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).