|  |  |
| --- | --- |
| **Московский финансово-промышленный университет «Синергия» Факультет Экономики и Управления****Кафедра**  | **УТВЕРЖДАЮ****Декан факультета** **Экономики и Управления, к.э.н.** **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2014 г.** |

**ЗАДАНИЕ**

на выпускную квалификационную работу студенту

ФИО

*(ФИО студента)*

1. **Тема выпускной квалификационной работы**

***Маркетинг проекта***

**2. Структура ВКР**

**Введение:**

**Глава 1 Концепция маркетинга в управлении проектом**

* 1. Основные понятия проектного менеджмента

 1.2 Комплекс маркетинга в проекте

**Глава 2 Маркетинг проекта на примере…**

2.1 Краткая характеристика компании

2.2 Концепция проекта

2.3 SWOT-анализ проекта

2.4 Бюджет маркетинга проекта

2.5 Реализация маркетинга проекта

**Заключение**

**Список использованной литературы**

**Приложения**

1. **Основные вопросы, подлежащие разработке.**

 **Введение.** Во «Введении» необходимо обосновать актуальность выбранной темы дипломной работы, теоретическую основу, информационную базу, практическую значимость, сформулировать ее цель. Исходя из цели, обозначить задачи, решение которых, позволит достичь поставленную цель, определить объект, предмет и методы исследования.

**В главе 1** студенту необходимо рассмотреть концепцию маркетинга в управлении проектом. В частности, целесообразно проанализировать понятийный аппарат проектного менеджмента, на котором будет базироваться работа, акцентировать внимание на таких понятиях как проект, жизненный цикл проекта, рассмотреть классификацию проектов необходимо рассмотреть основные суть планирования, цели планирования. Так же в данной главе нужно раскрыть внутреннее маркетинга проекта, которое и представляет собой структуру маркетинговой деятельности безотносительно временной протяженности проекта, а так же отразить второй аспект, а именно место маркетинга проекта с точки зрения его жизненного цикла. Важное и основное место в данной главе должна занимать анализ маркетинговых инструментов, на основе которых и будет осуществляться дальнейшее исследование в практической главе.

**Глава 2** посвящена анализу маркетинга проекта. В **разделе 2.1.** следует дать краткую характеристику исследуемого предприятия: описать организационно-правовую структуру и оценить основные экономические и технико-финансовые показатели деятельности. В **разделе 2.2**. Разрабатывается концепция проекта, в которой необходимо отразить цель проекта, описать продукт и участников проекта, предпосылки к реализации проекта, построить дерево целей, структуру разбиения работ, сетевую модель, матрицу ответственности и смету проекта В **разделе 2.3.** Определяются сильные, слабые стороны, а так же возможности и угрозы, на основании чего следует сформулировать проблемы, возникшие на каждой комбинации сильных и слабых сторон с угрозами и возможностями. Так получают проблемное поле проекта. В **разделе 2.4**. происходит формирование бюджета маркетинга, которое производится в рамках общего бюджетирования проекта, а также связано с бизнес-планированием и оценкой эффективности проекта. При оценке уровня расходов на маркетинг можно воспользоваться и методом аналогии. В **разделе 2.5.** необходимо проанализировать реализацию маркетинга проекта, под которой понимается выполнение ранее запланированных действий, контроль результатов этих действий, планирование и реализация мероприятий корректирующего и предупреждающего характера. Важнейшие механизмы контроля, используемые при реализации маркетинга являются сбор информации о результатах маркетинговых мероприятий, оценка эффективности маркетинга, сравнение с запланированными показателями, сравнение с результатами последних маркетинговых исследований; корректирующие действия (в том числе, корректировка стратегии и тактики маркетинга проекта), предупреждающие действия.

**Список использованной литературы.** В «Список использованной литературы**»** приводится только та литература и иные информационные источники, которые использовались при написании данной дипломной работы. Причем ссылки на данную литературу и информационные источники обязательны по всему тексту работы. Заимствованные чужие тексты в обязательном порядке заключаются в кавычки, как принадлежащие другому автору. Сноски приводятся постранично нарастающим итогом от №1 до № N. Количество сносок по тексту дипломной работы должно быть никак не меньше количества использованных литературных источников.

**Приложения.** Приводится, как правило, базовая (например, формы финансовой отчетности организации) и информационно - вспомогательная информация (например, различного рода инструкции, положения и пр.), использованная при написании выпускной квалификационной работы.

1. **Исходные данные по ВКР:**

**Основная литература**

1. Володин В.В. Повышение эффективности межотраслевой диверсификации с использованием проектного управления. В.В. Володин – М.: ИНИОН РАН, 2005
2. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. – СПб.: Питер, 2010.
3. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге. Управление проектами: учебное пособие для студентов / И.И.– - 8-е изд., стер.- М.: Омега-Л, 2007..

**Дополнительная литература**

1. Бэгьюли Фил Управление проектом: Пер. с англ. / Фил Бэгьюли; Пер. В. Петрашек. - М. : ФАИР-Пресс, 2002. - 208 с.
2. Мельник М.В. Маркетинговый анализ: полный курс MBA / М.В. Мельник, С.Е. Егорова. – М.: Рид Групп, 2011. – (Российское бизнес-образование).
3. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок. – М.: АСТ, 2009. – 272 с.
4. Волков И. М. Проектный анализ: учеб. пособие. Гриф МО РФ /
И. М. Волков, М. В. Грачева. - М.: ИНФРА - М, 2009. - 494 с.
5. Грей К.Ф., Ларсон Э.У. Управление проектами: практическое руководство / пер. с англ. – М.: ДИС, 2010.
6. Димитриев Д.М., Димитриева З.М., Рыбаков М.Ю. Управление проектами: практическое пособие. – М.: ЮРКНИГА, 2009.
7. Ильина О. Н. Методология управления проектами: становление, современное состояние и развитие: монография / О. Н. Ильина. - М.: ИНФРА - М : Вузовский учебник , 2011. - 208 с.
8. Пинто Д.К. Управление проектами. – СПб.: Питер, 2009.
9. Товб. А.С., Ципес Г.Л. Управление проектами: Стандарты, методы, опыт. – Пер. с англ.- М.: Изд-во Олимп-бизнес, 2006. – 240 с.
10. Управление проектами: Основы профессиональных знаний, Национальные требования к компетенции специалистов / под науч. ред. В.И. Воропаева. - М.: Проектная Практика, 2010. - 255 с.
11. Управление проектом. Основы проектного управления: учебник / под ред. проф. М.Л. Разу, - М.: КНОРУС, 2006. – 768с.

**Интернет-источники:**

1. Информационно-аналитический журнал - http://www.pmmagazine.ru.
2. Microsoft Project - http://www.ms-project.ru.
3. Компания p.m.Office - http://www.pmo.ru.
4. Компания PM Expert - http://www.pmexpert.ru.
5. Книжный Интернет-магазин - http://www.pmbooks.ru.
6. Московское отделение PMI - http://pmi.ru.
7. Сайт, посвященный управлению проектами - http://www.pmonline.ru.
8. Группа компаний ПМСОФТ - http://www.pmsoft.ru.
9. Российская Ассоциация Управления Проектами – СОВНЕТ - http://sovnet.ru.
10. PMProfy.ru - http://www.pmprofy.ru. /

Научный руководитель: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 подпись расшифровка

Студент задание получил: «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2014 г.

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подпись расшифровка