

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ
АВИАЦИИ»**

Кафедра философии и социальных коммуникаций

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТОВ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

**Учебно-методическое пособие
для студентов Гуманитарного факультета
Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

Подписано в печать 29.03.2017г. Формат 60x84/16
У.п.л. 1,5. Уч.-изд.л 1,5. Тир. 100экз.
Отпечатано в типографии ООО «Турусел»
197376, Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова д.38.
toroussel@mail.ru
Зак. № 13925 от 29.03.2017г.

**Санкт - Петербург
2017**

Одобрено и рекомендовано к изданию
Учебно-методическим советом Университета

Таджибова Л.Н. **Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций:** учебно-методическое пособие [Текст] / Л.Н. Таджибова – СПб.: Изд-во «КультИнформПресс», 2017. –22 с.

Рецензенты: Т.Н. Кошелева, доктор экономических наук, доцент
А.В. Бирюкова, кандидат социологических наук, доцент

Учебно-методическое пособие издается в соответствии с программой курса «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» с целью оказания помощи студентам дневного обучения в организации самостоятельной работы по изучению дисциплины. Данное пособие содержит ряд требований, предъявляемых к студентам, изучающим дисциплину «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» Учебный процесс на дневном отделении включает лекции, практические занятия, подготовку докладов, консультации и сдачу экзамена.

Учебно-методическое пособие составлено в соответствии с государственным стандартом по дисциплине «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» и предназначено для студентов дневной формы обучения СПбГУ ГА, направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

©Таджибова Л.Н. текст, 2017

©Изд-во «КультИнформПресс», 2017

24. Стратегии продвижения образовательных проектов.
25. Специфика маркетинговой концепции образовательных проектов.
26. Понятие сил, групп влияния, заинтересованных сторон проекта.
27. Формы работы по согласованию интересов заинтересованных сторон.
28. Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности.
29. Классификация инвестиций.
30. Понятие инвестиционного климата.
31. Понятие инвестиционных рисков.
32. Характеристики объекта, влияющие на привлечение инвестиций.
33. Этапы процесса привлечения инвестиций.
34. Каналы поиска инвесторов.
35. Привлечение инвестиций на ранней стадии развития проектов.
36. Стадии развития стартапа с точки зрения инвестора.
37. Проверка «должной добросовестности» инновационного проекта.
38. Формы и технологии представления проекта инвесторам.

Цели и задачи дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Технологии продвижения проектов и привлечения инвестиций» является формирование у студентов знаний о понятиях и стратегиях продвижения проектов и привлечения инвестиций, умений организовывать работу по продвижению проектов и привлечению инвестиций, навыков проведения рекламных и пиар-кампаний в процессе продвижения проектов и привлечения инвестиций.

Задачами освоения дисциплины являются

- изучение концептуальной основы деятельности по продвижению проектов и привлечению инвестиций,
- исследование этапов подготовки и реализации проектов и привлечения инвестиций,
- формирование навыков планирования и проведения рекламных и пиар-кампаний как инструментов продвижения проектов и привлечения инвестиций,
- формирование навыков написания рекламных и пиар-текстов как части документационного обеспечения проекта.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих общепрофессиональных компетенций:

- способности осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- обладания базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владения навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умения проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятия и стратегии продвижения проектов и привлечения инвестиций.

Уметь:

- организовывать работу по продвижению проектов и привлечению инвестиций.

Владеть:

- навыками проведения рекламных и пиар-кампаний в процессе продвижения проектов и привлечения инвестиций.

Обеспечение учебного процесса литературой осуществляется при посредстве учебных пособий:

1. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании.- М.: «Аспект Пресс», 2014.

ПРОГРАММА ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

Тема 1. Концептуальное представление о проекте

Проект как система. Цели проекта. Окружение проекта. Структура проекта. Этапы жизненного цикла проекта. Классификация типов проектов. Создание концепции проекта. Организационные структуры управления проектом. Планирование проекта. Понятие эффективности проекта. Маркетинговая концепция проекта.

Тема 2. Продвижение проектов

Место продвижения проекта в системе маркетинга проекта. Определение сил, групп влияния, заинтересованных сторон. Определение их интересов. Определение форм работы по согласованию интересов проекта и его среды. Разработка концепции продвижения проектов. Алгоритм продвижения проектов. PR-технологии продвижения проектов. Рекламные технологии продвижения проектов.

Тема 3. Продвижение специальных типов проектов

Специфика продвижения специальных типов проектов: инновационные проекты, проекты в сфере культуры, социально-ориентированные проекты, образовательные проекты и программы, проекты в сфере рекламы и связей с общественностью. Специфика маркетинговой модели в каждом типе проектов. Субъекты рынка в области специальных проектов. Специфика стратегий продвижения различных типов проектов. Специфика применения рекламных и PR-технологий при продвижении специальных проектов. Спонсорство и фандрайзинг в сфере культуры и в отношении социально-ориентированных проектов.

Тема 4. Концептуальное представление об инвестициях

Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности. Классификация инвестиций (по объекту инвестирования; по основным целям инвестирования; по срокам вложения инвестиций; по формам собственности на инвестиционные ресурсы; по способу учета средств). Понятие инвестиционного климата. Понятие инвестиционных рисков.

Тема 5. Привлечение инвестиций

Характеристики объекта, влияющие на привлечение инвестиций: наличие отработанного и перспективного плана действий; репутация организации; открытость, прозрачность деятельности; внутренняя политика страны. Этапы привлечения инвестиций. Стратегии привлечения инвестиций.

Тема 6. Привлечение инвестиций на ранней стадии развития проектов

Специфика начальной стадии развития проекта, понятие стартапа. Стадии развития стартапа с точки зрения инвестора. Основные факторы, определяющие привлекательность стартапа для инвестора. Проверка «должной добросовестности» проекта.

б) техническое задание;

в) кейс-стади;

г) креативный бриф.

15. Выделяются организационные структуры проекта:

а) выделенная;

б) двойственная;

в) линейно-функциональная;

г) инновационная.

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации

1. Понятие проекта.
2. Классификация типов проектов.
3. Этапы жизненного цикла проектов.
4. Понятие эффективного проекта.
5. Понятие окружения проекта.
6. Цели проекта.
7. Проектная документация
8. Понятие маркетинговой концепции продвижения проекта.
9. Понятие концепции продвижения проекта.
10. Понятие и специфика маркетинг-микс проекта.
11. Стратегии продвижения проекта.
12. Алгоритм продвижения проектов.
13. Технологии продвижения проектов.
14. PR-технологии продвижения проектов.
15. Стратегии продвижения социально-ориентированных проектов.
16. Понятие и виды социально-ориентированных проектов.
17. Специфика целевой аудитории и политика реализации социально-ориентированных проектов.
18. Фандрайзинг и продвижение социальных проектов.
19. Стратегии продвижения проектов в сфере культуры.
20. Специфика маркетинговой модели и субъекты рынка с сфере культуры.
21. Спонсорство и фандрайзинг в сфере культуры.
22. Стратегии продвижения инновационных проектов.
23. Специфика маркетинговой концепции инновационного проекта.

9. Инвестициями называют:

- а) вложение капитала с целью получения прибыли или достижения иного полезного эффекта;
- б) благотворительная помощь физических лиц на добровольной и безвозмездной основе.

10. Фандрайзингом называют:

- а) выпуск ценных бумаг для замещения и/или погашения ценных бумаг более старых выпусков;
- б) процесс привлечения денежных средств или иных ресурсов, которые организация не может обеспечить самостоятельно и которые являются необходимыми для реализации определенного проекта или своей деятельности в целом.

11. К видам проектного анализа относят:

- а) технический;
- б) коммерческий;
- в) виртуальный;
- г) организационный (институциональный).

12. Инвестиции классифицируются по основанию:

- а) по объекту инвестирования;
- б) по формам работы по согласованию интересов с заинтересованными сторонами;
- в) по формам собственности на инвестиционные ресурсы;
- г) по срокам вложения.

13. К этапам процесса привлечения инвестиций относятся:

- а) анализ и оценка инвестиционной привлекательности, подготовка информационных материалов для инвестора;
- б) организация поиска и отбора заинтересованного инвестора;
- в) рестайлинг визуальных атрибутов бренда;
- г) сопровождение на этапе инвестиционной сделки и привлечения инвестиций в проект.

14. К проектной документации относятся:

- а) пояснительная записка;

Тема 7. Представление проектов потенциальным инвесторам

Подготовка документов, необходимых для представления инвесторам. Определение коммуникативных стратегий в зависимости от интересов заинтересованных сторон. Определение типа мероприятия для презентации проекта. Определение структуры презентации. Подготовка и проведение презентации проекта.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Предлагаются типовые планы практических занятий по восьми темам программы курса. После каждой темы дается список литературы. Распределение учебных часов, добавление или исключение тем или вопросов осуществляется преподавателями, ведущими занятия на потоках.

Практическое занятие 1. Проект как система. Внутренняя и внешняя среда проекта.

1. Проект как система.
2. Цели проекта.
3. Окружение проекта.
3. Структура проекта.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 2. Классификация типов проектов.

1. Подходы к классификации проектов.
2. Коммерческие проекты.
3. Социально-ориентированные проекты,
4. Инвестиционные проекты.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 3. Этапы жизненного цикла проекта.

1. Понятие «жизненный цикл проекта».
2. Этапы жизненного цикла проекта.
3. Подготовительный этап.
4. Этап реализации проекта.
5. Этап выхода из проекта.

4.К видам эффективности проекта относятся:

- а) коммерческая (финансовая);
- б) функциональная;
- в) бюджетная;
- г) народнохозяйственная.

5.К факторам, определяющим привлекательность проекта для инвестора относятся:

- а) наличие отработанного и перспективного плана;
- б) методы управления конфликтами в организации;
- в) репутация организации;
- г) прозрачность деятельности.

6.К элементам внешнего окружения проекта относят:

- а) финансовые потоки предприятия на базе которого осуществляется проект;
- б) внутренняя инфраструктура проекта;
- в) организационная структура управления проектов;
- г) контролирующие органы.

7.К классификационным признакам проекта относят:

- а) направленность;
- б) масштаб;
- в) длительность реализации;
- г) вариабельность.

8. Маркетинговые основы концепции продвижения проекта включают:

- а) определение сегмента потребителей, на который осуществляется основное воздействие;
- б) маркетинговое позиционирование проекта;
- в) разработка общей коммуникативной стратегии проекта;
- г) комплиментарный анализ проекта.

4. Помощь студентам в их самостоятельном овладении материалом призваны оказать учебные *лекции* и *практические занятия*. Лектор стремится раскрыть способы и методы освоения материала, дает рекомендации по изучению необходимой литературы. Вместе с тем, как показывает практика преподавания, сами *конспекты лекций* чаще всего нуждаются в доработке в процессе самостоятельной работы студентов. Многие термины, воспринимаемые на слух, зачастую искажаются при записи и должны быть исправлены самостоятельно.

Важным ориентиром для самостоятельной работы служит на практическом занятии *заключительное слово* преподавателя (общее или по ряду студенческих выступлений). Оно содержит оценку не только содержания и формы выступлений, но и степени освоения докладчиками рекомендованной литературы, их умения самостоятельно мыслить. Методические установки должны способствовать накоплению опыта самостоятельной работы на протяжении всего периода изучения дисциплины.

КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ

1. К типам проектов относятся:

- а) экономические;
- б) инновационные;
- в) социальные;
- г) дифференцированные.

2. Жизненный цикл проекта включает:

- а) начальная фаза;
- б) фаза разработки;
- в) фаза деструкции;
- г) завершающая фаза.

3. Маркетинг-микс проекта включает:

- а) цена;
- б) продвижение;
- в) цели;
- г) персонал.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 4. Пиар-технологии продвижения проекта.

1. Рекламные и пиар-технологии продвижения культурных проектов.
2. Рекламные и пиар-технологии продвижения инвестиционных проектов.
3. Рекламные и пиар-технологии продвижения образовательных проектов.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр.

Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.

4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959

5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 5 Рекламные технологии продвижения проекта.

1. План рекламной кампании продвижения проекта.
2. Определение целевых аудиторий рекламного продвижения.
3. Виды рекламных технологий, используемых в продвижении проектов.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа - это планируемая работа студентов, которая выполняется при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа студента способствует воспитанию волевых качеств личности, развитию мышления, памяти и творческих способностей. Самостоятельная работа студентов занимает особое место среди иных видов учебной подготовки. Она включает в себя изучение рекомендуемой литературы по изучаемым темам дисциплины, использование учебников и учебных пособий, и лекционных материалов, публикаций в журналах и т. п. с целью подготовки выступлений на практических занятиях. Опыт преподавания дисциплины показывает, что без систематической и настойчивой самостоятельной работы студент не может глубоко усвоить программный материал, приобрести навыки написания профессиональных текстов.

Продуктивная работа с литературой обеспечивается определенной методической подготовкой, т.е. знакомством студентов с основными приемами работы с текстом, формами фиксации ее результатов.

1. Одним из условий успешного изучения какого-либо вопроса (темы) произведения служит предварительное знакомство со *справочной литературой* (энциклопедии, терминологические словари и т. п.). Таким образом, можно приобрести исходные сведения по интересующему вопросу, познакомиться со значением научных терминов.

2. Самостоятельное изучение литературных источников с необходимостью предполагает использование различных видов записи:

планов – наиболее кратких записей, содержащих лишь перечень рассматриваемых вопросов;

тезисов – изложение в сжатой повествовательной форме основных положений изучаемого материала;

выписок – дословного воспроизведения отдельных наиболее важных положений;

конспектов – наиболее подробных форм записей, где излагаются в логической последовательности основные положения какого-либо источника.

3. *Конспект* объединяет в себе план, тезисы, выписки; он позволяет также раскрыть их методологическую и теоретическую значимость для изучаемого курса.

Рекомендуется конспектировать материал после его прочтения целиком или по частям и вести запись своими словами, прибегая, где это целесообразно, к прямому (и должным образом оформленному кавычками и сносками) цитированию. Это позволяет сознательно применять аналитико-синтетический метод освоения материала, т.е. расчленить его на части, выделить основное содержание и вместе с тем выявить внутренние связи между положениями и синтезировать, объединить расчлененный анализом материал.

с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.

3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.

4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959

5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 16 Планирование подготовки и проведения презентации проекта.

1. Планирование презентации проекта.
2. Этапы подготовки и проведения презентации проекта.
3. Коммуникативные стратегии презентации проекта.

Литература

1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3

2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.

3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.

4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959

5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). —

Практическое занятие 6 Особенности продвижения инновационных проектов.

1. Разработка концепции продвижения инновационных проектов.
2. Алгоритм продвижения инновационных проектов.
3. Исследовательские методы, применяемые в разработке проектов.

Литература

1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3

2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.

3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.

4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959

5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 7 Специфика продвижения социально-ориентированных проектов.

1. План пиар-продвижения социально-ориентированного проекта.
2. PR-технологии продвижения проектов.
3. Подготовка и распространение пиар-документов.
4. Подготовка и реализация пиар-мероприятий по продвижению проекта.

Литература

1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3

- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 8 Специфика продвижения рекламных и пиар-проектов.

1. План рекламной кампании продвижения проекта.
2. Определение целевых аудиторий рекламного продвижения.
3. Виды рекламных и пиар- технологий, используемых в продвижении проектов.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт,

Практическое занятие 14 Аудит стартапа

1. Аудит стартапа.
2. Основные факторы, определяющие привлекательность стартапа для инвестора.
3. Проверка «должной добросовестности» проекта.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 15 Структура презентации проекта

1. Структура презентации проекта.
2. Определение типа мероприятия для презентации проекта.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262

2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959

5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 13 Стадии инвестирования стартапа.

1. Виды стартапов.
2. Характеристики стартапов.
3. Стадии развития стартапа с точки зрения инвестора.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959

5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 9 Виды инвестиций.

1. Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности.
2. Классификация инвестиций по объекту инвестирования.
3. Классификация инвестиций по основным целям инвестирования.
4. Классификация инвестиций по срокам вложения инвестиций.
5. Классификация инвестиций по формам собственности на инвестиционные ресурсы.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 10 Инвестиционный климат и инвестиционные риски.

1. Понятие инвестиционного климата.
2. Компоненты инвестиционного климата.
3. Факторы, влияющие на формирование инвестиционного климата.
4. Виды инвестиционных рисков.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 11 Этапы привлечения инвестиций.

1. Основные этапы привлечения инвестиций.
2. Подготовка первых контактов с потенциальным инвестором.
3. Представление проекта инвестору.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3

- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

Практическое занятие 12 Стратегии привлечения инвестиций.

1. Планирование кампании по привлечению инвестиций.
2. Анализ кампании по привлечению инвестиций (на примере выбранного проекта).
3. Рекламные и пиар-стратегии привлечения инвестиций.

Литература

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ.ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.
- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ.ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт,