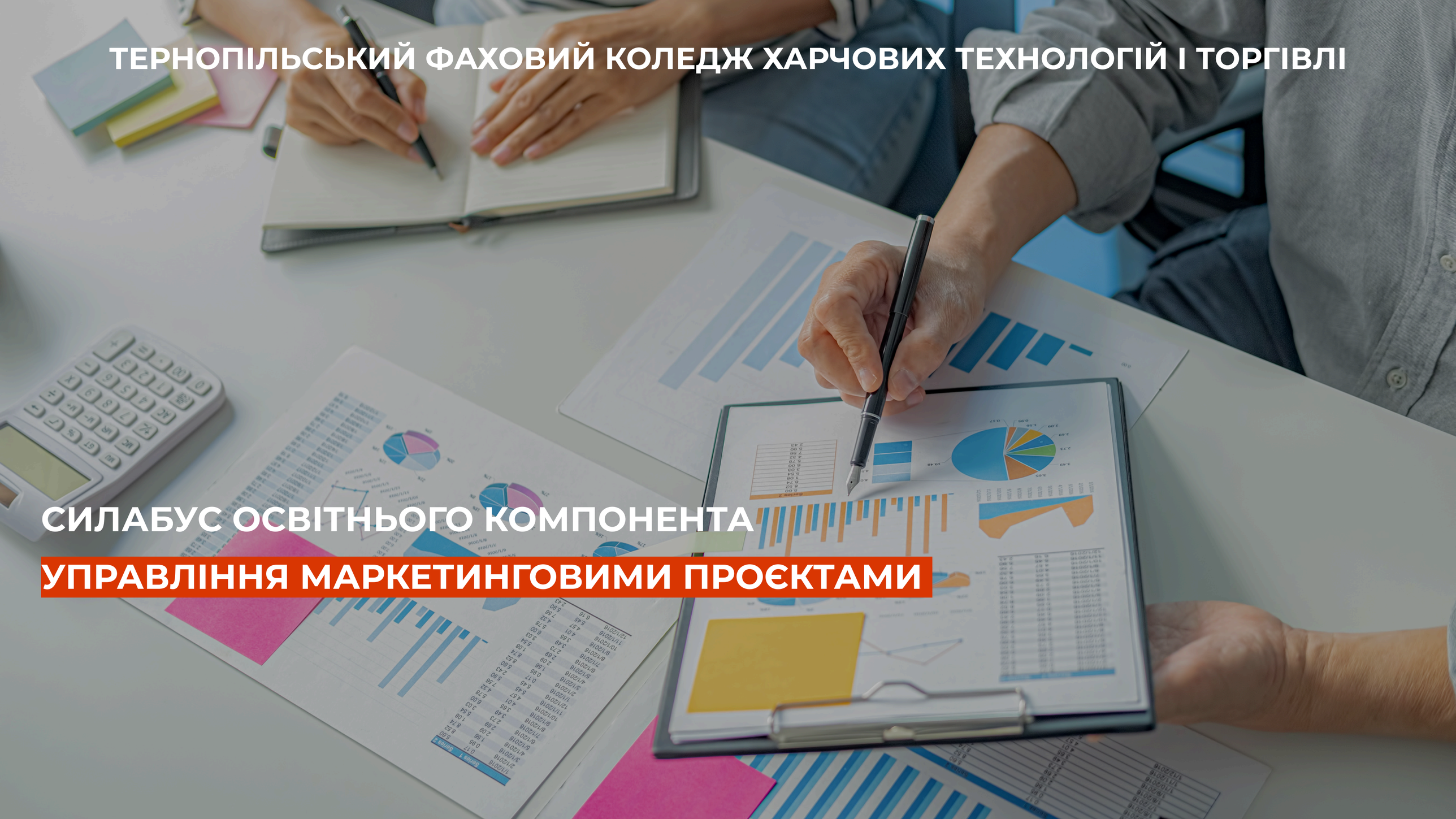
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ТОРГІВЛІ



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ПРОЄКТАМИ

Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі

1963

	Галузь знань	**07 Управління та адміністрування**
	Спеціальність	**075 МАРКЕТИНГ**
	Освітньо-професійна програма	**МАРКЕТИНГ**
	Освітньо-професійний ступінь	**фаховий молодший бакалавр**
	Статус освітнього компонента	**обов'язковий**
Відділення готельно–ресторанного бізнесу та підприємництва	**Мова викладання**	**українська**
	Кількість кредитів ЄКТС	**3**
	Розподіл за видами занять та годинами навчання	**90**
	аудиторні заняття **лекційні заняття** **практичні заняття** **семінарські** **самостійна робота**	**60** **36** **4** **20** **30**
	Форма підсумкового контролю	**залік**

Мета: формування у майбутніх фахівців системи знань і практичних навичок з управління маркетинговими проєктами; розвиток здатності планувати, організовувати, координувати й контролювати реалізацію маркетингових проєктів у динамічному бізнес-середовищі; оволодіння сучасними методами та інструментами проєктного менеджменту; формування стратегічного мислення й компетентностей щодо прийняття ефективних управлінських рішень у сфері маркетингу.

Завдання: вивчення основних принципів, підходів та методологій управління проєктами (класичних, гнучких, гібридних) у маркетингу; формування навичок розроблення цілей, структури та планів маркетингових проєктів; опанування методів оцінювання ризиків, ресурсів і термінів виконання маркетингових завдань; розвиток здатності організовувати командну роботу, комунікацію та мотивацію в межах маркетингових проєктів; набуття компетентностей у сфері контролю, оцінки ефективності та корекції ходу реалізації маркетингових проєктів; засвоєння практик використання цифрових інструментів управління проєктами для підвищення результативності маркетингової діяльності; розвиток критичного та стратегічного мислення щодо впровадження інноваційних маркетингових рішень у проєктній діяльності.

Програмні результати навчання:

РН 4 Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних 9 завдань у сфері маркетингу.
РН 8 Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв’язування завдань з маркетингу.
РН 9 Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.
РН 10 Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.
РН 12 Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб’єкта.
РН 14 Виконувати професійну діяльність у командній роботі.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач освіти повинен отримати:

загальні компетентності:

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

спеціальні компетентності:

СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання 8 компетентності предметної області маркетингу.
СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.
СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.

СТРУКТУРА КУРСУ: ЛЕКЦІЇ

№	Тема	Кількість годин:
1	Предмет, мета і завдання курсу. Управління проєктами в системі маркетинг-менеджменту	2
2	Принципи і функції управління проєктами	2
3	Основні підходи до обґрунтування доцільності проєкту	2
4	Основні форми організаційної структури проєкту	2
5	Структуризація проєкту	2
6	Методичні основи планування і контролю проєкту	2
7	Основи сіткового і календарного планування проєкту	2
8	Календарне планування й діаграма Ґанта	2
9	Планування ресурсів і витрат проєкту	2
10	Кадрове забезпечення виконання проєкту	2
11	Програмне забезпечення управління проєктами	2
12	Контролювання строків та термінів виконання проєкту	2
13	Управління ризиками у виконанні проєктів	2
14	Управління якістю виконання маркетингового проєкту	2

СТРУКТУРА КУРСУ: ЛЕКЦІЇ

№	Тема	Кількість годин:
15	Управління комунікаціями проєкту	2
16	Психологічні особливості лідерства і керівництва	2
17	Психологічні особливості прийняття управлінських рішень	2
18	Психологічні впливи в управлінні	2
2	РАЗОМ:	36

СТРУКТУРА КУРСУ: ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

№	Тема	Кількість годин:
1	**Практичне заняття №1** Лідерський тренінг	**2**
2	**Практичне заняття №2** Розбір ситуативних кейсів	**2**
	РАЗОМ:	**4**

СТРУКТУРА КУРСУ: СЕМІНАРСЬКІ ЗАНЯТТЯ

№	Тема	Кількість годин:
1	**Семінарське заняття №1** Основи управління проєктами	**2**
2	**Семінарське заняття №2** Обґрунтування проєктів	**2**
3	**Семінарське заняття №3** Планування проєктів	**2**
4	**Семінарське заняття №4** Прогнозування проєктів	**2**
5	**Семінарське заняття №5** Ресурси проєктів	**2**
6	**Семінарське заняття №6** Програмне забезпечення проєктів	**2**
7	**Семінарське заняття №7** Управління ризиками	**2**
8	**Семінарське заняття №8** Управління комунікаціями	**2**
9	**Семінарське заняття №9** Прийняття рішень	**2**
10	**Семінарське заняття №10** Лідерство та управління	**2**
	РАЗОМ:	**20**

СТРУКТУРА КУРСУ: САМОСТІЙНА РОБОТА

№	Тема	Кількість годин:
1	Предмет, мета і завдання курсу. Управління проєктами в системі маркетинг-менеджменту	2
2	Основні підходи до обґрунтування доцільності проєкту	2
3	Основні форми організаційної структури проєкту	2
4	Структуризація проєкту	2
5	Методичні основи планування і контролю проєкту	2
6	Календарне планування й діаграма Ґант	2
7	Планування ресурсів і витрат проєкту	2
8	Кадрове забезпечення виконання проєкту	2
9	Програмне забезпечення управління проєктами	2
10	Контролювання строків та термінів виконання проєкту	2
11	Управління ризиками у виконанні проєктів	2
12	Управління комунікаціями проєкту	2
13	Психологічні особливості лідерства і керівництва	2
14	Психологічні особливості прийняття управлінських рішень	2
15	Психологічні впливи в управлінні	2
	РАЗОМ:	30

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання здійснюється за 4-бальною шкалою. Робота здобувача освіти на заняттях оцінюється за такими критеріями:

- **відмінно** (високий рівень, ґрунтовна аргументація відповіді);
- **добре** (високий рівень, часткова аргументація відповіді);
- **задовільно** (достатній рівень, не повна аргументація відповіді);
- **незадовільно** (низький рівень підготовки, відсутність відповіді).

Оцінювання результатів практичних занять відбувається за такими загальними критеріями:

- **відмінно** – завдання виконано повністю, відповідь обґрунтовано, висновки та пропозиції аргументовано і оформлено належним чином;
- **добре** – завдання виконано повністю, але допущено незначні неточності у розрахунках або оформленні; але за умови належного оформлення завдання виконано не менше, ніж на 80%;
- **задовільно** – завдання виконано не менш, ніж на 70% за умови належного оформлення; або не менше, ніж на 80% за умови припущення незначних помилок у розрахунках або оформленні.

Оцінка за атестацію є середнім арифметичним оцінок за всі практичні та семестрові заняття даного розділу (розділів).

Оцінка за семестр (залік) є середнім арифметичним усіх атестацій за семестр.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Оцінка за семінарське заняття виставляється відповідно до наступних критеріїв:

Оцінка «відмінно» виставляється, якщо при відповідях на запитання здобувач освіти виявив всебічні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, уміння виконувати практичні завдання, знання програмного матеріалу, знання основної і додаткової літератури передбачених програмою на рівні творчого використання. Відповіді свідчать про розуміння суті ціни, цінової політики та стратегії підприємства на ринку, повне знання основних понять про маркетингове ціноутворення. При тестуванні здобувач освіти відповів правильно на 90 і більше відсотків тестових завдань.

Оцінка «добре» виставляється, якщо при відповіді на запитання здобувач освіти виявив повне знання програмного матеріалу, обсягом, що необхідний для подальшого навчання, успішне виконання завдань і освоєння основної літератури, передбаченої програмою на рівні аналітичного відтворення. Здобувач освіти виявляє знання і розуміння матеріалу, проте не зовсім повно відповідає на запитання, припускається неточностей. При тестуванні здобувач освіти відповів правильно на 65-89 відсотків тестових завдань.

Оцінака «задовільно» виставляється, якщо при відповіді на запитання здобувач освіти виявив повне знання основного програмного матеріалу, обсягом що необхідний для подальшого навчання і роботи, здатність впоратись з виконання завдань передбачених програмою на рівні репродуктивного відтворення, припускається неточностей при висвітленні окремих методичних визначень. При тестуванні здобувач освіти відповів правильно на 40-64 відсотки тестових завдань.

Оцінака «незадовільно» виставляється, якщо при відповіді на запитання здобувач освіти виявив повне знання основного програмного матеріалу, обсягом що необхідний для подальшого навчання і роботи, здатність впоратись з виконання завдань передбачених програмою на рівні репродуктивного відтворення, припускається неточностей при висвітленні окремих методичних визначень. При тестуванні здобувач освіти відповів правильно на 40-64 відсотки тестових завдань.

ОСНОВНІ Й ДОПОМІЖНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА:

1. Блага, Н. В. Управління проєктами : навч. посібник. – Львів : ЛДУВС, 2021. – 152 с.
2. Бушуєв, Д. А. Управління проєктами у відновленні України : монографія. – Київ : КНУБА, 2022. – 270 с.
3. Гавриш, Ю. О. Маркетинг: практикум : навч. посібник. – Київ : КНЕУ, 2025. – 347 с.
4. Дорошенко, Т. В. Шлях до NPS: маркетингова лояльність за допомогою CRM : навч. посібник. – Київ : Фабула, 2024. – 180 с.
5. Зозульов, О. В., Царьова, Т. О., Гавриш, Ю. О. Маркетинг : навчально-методичний комплекс. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 298 с.
6. Калініченко, О. О., Мосійчук, І. В., Пойта, І. О. Управління маркетинговими проєктами : навч. посібник. – Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2023. – 38 с.
7. Кендюхов, О. В., Бехтер, Л. А. Управління проєктами в маркетинговій діяльності : конспект лекцій. – Запоріжжя : ЗНУ, 2021. – 27 с.
8. Ковров, А. В. (укл.) Управління проєктами: проєктний підхід у сучасному менеджменті : матеріали конф. – Одеса : ОДАБА, 2022. – 197 с.
9. Кошеленко, К. Менеджмент у часи війни. Лідерство, ефективність та життєстійкість. – Київ : Egmont Україна, 2024. – 306 с.
10. Луцій, О. П. Управління рекламними проєктами : навч. посібник. – Харків : Гельветика, 2020. – 308 с.