

Силабус навчальної дисципліни «Управління проєктами»

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Курс: 2

Семестр: 3

Факультет/Інститут	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Лутай Лариса Анатоліївна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: l.a.lutay@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/enrol/index.php?id=13038
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна обов'язкового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (16 год.), практичні (20 год.), самостійна робота (84 год.) Заочна форма: лекції (6 год.), практичні (6 год.), самостійна робота (108 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
Що будемо вивчати?	Поняття, категорії, системи та алгоритми стратегічного маркетингу; маркетингові стратегії та механізми їх реалізації; напрями та резерви удосконалення стратегічного управління та стратегічного маркетингу підприємства.
Чому це треба вивчати?	Для підготовки фахівців у сфері управління проєктами, які здатні розв'язувати складні задачі маркетингової діяльності в системі управління в умовах невизначеності ринкового середовища, що передбачають проведення дослідження та здійснення інновацій.
Яких результатів можна досягнути?	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм. Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.
Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. Навички міжособистісної взаємодії. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

	<p>Здатність до вдосконалення особистісних і професійних навичок та оволодіння сучасними знаннями.</p> <p>Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>Здатність застосовувати в практичній діяльності принципи стратегічного та інноваційного маркетингу.</p>
Зміст дисципліни	<p>Поняття та класифікація проєктів. Сучасні тенденції управління проєктами. Методичні основи планування і контролю проєкту. Фінансове забезпечення проєктів. Управління комунікаціями та інформаційним забезпеченням проєкту. Ризики в проєктній діяльності. Управління якістю виконання проєктів.</p>
Обов'язкові завдання	<p>Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до екзамену, а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).</p>
Міждисциплінарні зв'язки	<p>Психологія управління, Маркетинговий менеджмент, Маркетингове планування, Маркетинговий аналіз</p>
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Березін О.В. Управління проєктами: навч. посіб. Херсон : Олді-Плюс, 2023. 272 с. 2. Логачова Л. М. Управління проєктами. Херсон: Олді-Плюс, 2023. 208 с. 3. Кішак І. Т., Дучмал М., Огієнко М. М. Управління проєктами = Project management = Zarzadzanie projektem Opole : WSZiA, 2018. 405 р. 4. Луцій О. П. Управління рекламними проєктами: навч. посіб. Херсон : Олді-Плюс, 2020. 308 с. 5. Клевцевич Н.А. Управління інфраструктурними проєктами. К.: Кондор, 2017. 169 с. 6. Кожушко Л. Ф. Управління проєктами. К. : Кондор, 2015. 386 с. 7. Управління проєктами. уклад.: А.С. Музиченко, Т.В. Комар. Умань: Алмі, 2011. 127 с. 8. Ноздріна Л.В. Управління проєктами. К.: Центр учбової літератури, 2010. 430 с. 9. Управління науковими проєктами. уклад. А. Л. Бержанір Умань : Візаві, 2023. 179 с. 10. Кузьмичов А. І. Планування та управління проєктами. Моделювання засобами MS ExcelK. : Ліра-К, 2018. 179 с. 11. Лепський В. В. Проєктний менеджмент: інтегроване управління проєктно-орієнтованими медичними закладами Черкаси : Чабаненко Ю., 2019. 226 с. 12. Проєктний менеджмент: регіональний зріз. За заг. ред. Бутка М. К. : Центр учбової літератури, 2016. 415 с.
Поточний контроль	<p>Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування.</p> <p>Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</p>
Підсумковий контроль	<p>Екзамен.</p> <p>Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла</p>

Розробник

Луцай

Луцай Л.А.