

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ОBOB'ЯЗKOBOTO OCBITHЬOTO KOМПОНЕНТУ
«УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ТА РИЗИКАМИ У
МАРКЕТИНГУ»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління і адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг та Digital- комунікації*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

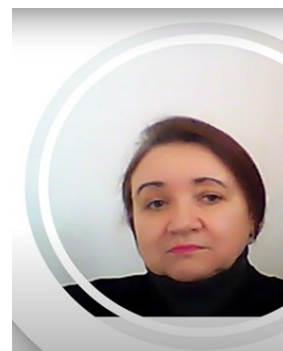
Методичної Ради зі спеціальності *075 «Маркетинг»*

« 22 » серпня 2023 р., протокол № 5

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)
Викладач: **Бахчиванжи Людмила Анатоліївна**, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат економічних наук



[Профайл](#)

Контакти:
kaf.mpit@gmail.com,
048-712-41-03

Освітній компонент викладається на 3 курсі у 6 семестрі

Кількість: кредитів - 5, годин – 150

| Аудиторні заняття, годин: | всього | лекції | практичні |
|----------------------------------|-------------|--------|--------------|
| денна | 50 | 26 | 24 |
| заочна | 18 | 10 | 8 |
| Самостійна робота, годин | Денна – 100 | | Заочна – 132 |

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ТА РИЗИКАМИ У МАРКЕТИНГУ»

Значна частина сучасного бізнесу в Україні та у світі є проектно -орієнтованою. Це пов'язано з тим, що все більше компаній орієнтуються на створення принципово нових продуктів або послуг, на досягнення нових результатів у відомих сферах. Управлінські проекти у сфері маркетингу - це серйозні заходи, які націлені на реалізацію маркетингових стратегій компанії.

Від уміння реалізувати маркетинговий проект залежить ефективність функціонування всіх систем підприємства. Управління проектами стає актуальною і важливою сферою для маркетологів будь-якої ланки.

Управління проектами у маркетингу - ефективний інструмент в арсеналі методів управління і прийняття рішень кожного керівника. За даними Міжнародної асоціації управління проектами, при залученні сучасних методик і програм управління, проект у маркетингу здатний заощадити компанії до 30 % часу і 20 % коштів, витрачених на реалізацію всіх проектів. Сучасне управління проектами у маркетингу - це збалансована система, оволодіння якою надасть можливість бакалаврам маркетингу втілювати в практику маркетингового управління управлінські проекти з реалізації маркетингових стратегій, консалтингу, маркетингового аудиту. В ході вивчення дисципліни здобувачі навчатимуться управляти закупівлями, формувати бюджет та складати кошторис проекту, будувати мережеві графіки реалізації проекту, оцінювати маркетингові ризики проекту: товарні, цінові, збутові, комунікаційні.

Освітній компонент «Управління проектами та ризиками у маркетингу» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонент «Маркетинг», «Маркетинг послуг», «Статистичні методи аналізу і прогнозування у маркетингу», «Основи маркетингової аналітики», «Маркетингові дослідження».

3. Мета освітнього компоненту

Метою викладання освітнього компоненту «Управління проектами та ризиками у маркетингу» є сприяння оволодінню здобувачами спеціальності «Маркетинг» навичками та

принципами управління проектами у маркетингу, формування у майбутніх фахівців сучасного системного мислення та комплексу спеціальних вмінь і навичок застосування універсального інструментарію розробки та реалізації універсальних маркетингових проектів з метою досягнення ефективного існування та розвитку організації.

В результаті вивчення курсу «Управління проектами та ризиками у маркетингу» студенти повинні

знати:

- закономірності життєвого циклу проекту, методологію, базові поняття з управління проектами;
 - структуру проекту (основні етапи роботи, що має бути виконана) та підходи до його обґрунтування;
 - класифікацію проектів та ієрархій цілей проектів;
 - закони комунікації та методи аналізу міжособистісних відносин;
 - принципи управління розробкою проектів;
 - принципи побудови, типи та послідовність розробки організаційної структури управління проектами;
 - принципи планування, контроль та регулювання проекту;
 - методи оцінки маркетингових ризиків в управлінні проектами.

вміти:

- застосовувати методи та засоби управління проектами в маркетинговій діяльності,
- визначати концепцію проекту та його стратегічні та тактичні задачі,
- здійснювати планування робіт за проектом та проводити експертизу проекту,
- застосовувати аналіз міжособистісних відносин та закони комунікації для керування командою проекту,
- виявляти, оцінювати ризики та запобігати їх виникненню.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ТА РИЗИКАМИ У МАРКЕТИНГУ» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 "МАРКЕТИНГ"](#) та освітньо-професійній програмі [«Маркетинг та digital-комунікації»](#) підготовки бакалаврів.

Інтегральна компетентність

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми маркетингової діяльності, або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується невизначеністю умов

Загальні компетентності:

- ЗК 3** - Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
- ЗК 4** – Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями
- ЗК5** – Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань та взятих обов'язків
- ЗК 6** - Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
- ЗК 7** – Здатність застосовувати знання у практичній ситуації
- ЗК 9** – Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій
- ЗК 14** – Здатність діяти соціально відповідально і свідомо

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК1** - Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу

- СК5** - Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу
- СК 8** – Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності
- СК 9** - Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності
- СК 10** - Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності
- СК 12** – Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу
- СК 13** – Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта у кросфункціональному розрізі
- СК14** - Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності
- СК15** - Здатність використовувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг з використанням digital-комунікацій

Програмні результати навчання:

- ПРН 7** - Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності
- ПРН 8** Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища
- ПРН 9** - Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень
- ПРН 13** – Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи
- ПРН 19** - Впроваджувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг з використанням digital-комунікацій

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних занять

Змістовний модуль 1. Концептуальні засади управління проєктами у маркетингу

| № теми | Зміст теми | Кількість годин | |
|--------|---|-----------------|--------|
| | | денна | заочна |
| 1. | Загальна характеристика управління проєктами Поняття та класифікація проєктів. Фази життєвого циклу проєкту. Система та функції управління проєктами. Класифікація проєктів. Виокремлення проєктів за такими ознаками, як масштаб, складність, термін реалізації, вимоги щодо якості, вимоги щодо обмеження ресурсів, рівень учасників, характер цільового завдання, головна причина виникнення проєкту. Функції, підсистеми та методи управління проєктами. Основні функції управління проєктами: планування, контроль проєкту, аналіз, прийняття рішень, складання і супровід бюджету проєкту, організація здійснення, оцінка, звітність, приймання. Підсистеми управління проєктом: управління змістом і обсягами робіт, часом, тривалістю, вартістю, якістю, закупівлями, поставками, розподілом ресурсів, людськими ресурсами, ризиками, запасами ресурсів, інформацією. | 2 | |
| 2. | Планування проєктів Планування як функція управління проєктами. Структуризація проєктів. Мережеве планування ресурсів, часу, вартості. Сіткове планування й управління, календарне планування, логістика, стандартне планування, структурне планування, ресурсне планування, імітаційне моделювання. | 2 | 1 |

| | | | |
|----|--|---|---|
| 3. | Управління вартістю (витратами) проекту Бюджет проекту. Орієнтація бюджетування. Кошторис і контроль витрат за проектами. Класифікація проектних витрат. Поняття собівартості проектних робіт, її склад за економічними елементами та калькуляційними статтями. Методичні рекомендації з проведення розрахунків, які відображаються в калькуляції собівартості об'єкта планування. Склад та методичні основи планування витрат періоду (адміністративних, витрат на збут та інших операційних витрат). Планування контрактів, кошторис витрат проекту. Поняття «бюджет проекту», «бюджетування». Зведений бюджет проекту як сукупність операційних та фінансових бюджетів. Взаємозв'язок бюджетів, їх типові форми, порядок складання та необхідна для цього інформація. | 1 | 1 |
| 4. | Управління закупівлями і контрактами Закупівлі і поставки в проектному циклі. Планування та контроль закупівель і контрактів. Підрядні торги. | 1 | |
| 5. | Управління якістю проекту Концепція управління якістю. Структурна характеристика управління якістю. Політика у сфері якості. | 1 | |
| 6. | Місце маркетингу проекту в управлінні проектами Маркетинговий контекст управління проектами. Взаємозв'язок маркетингу проекту з іншими складовими проекту. Послідовність розробки концепції маркетингу проекту. | 2 | |
| 7. | Розробка маркетингової стратегії та програми проекту Сутність маркетингової стратегії, її класифікація та місце в проекті. Сутність, зміст та базові напрями програми маркетингу проекту. Інструменти маркетингового управління проектами. | 2 | 1 |
| 8. | Структура бюджету маркетингу проекту Бюджет маркетингу як складова загального бюджету проекту. Зміст та методи визначення прибуткової частини бюджету. Витратна частина бюджету та її визначення. | 1 | 1 |

Змістовий модуль 2: Управління ризиками у маркетингу

| № теми | Зміст теми | Кількість годин | |
|--------|--|-----------------|--------|
| | | денна | заочна |
| 1. | Концепції ризику Ризик як соціальний феномен та наукова категорія. Класична та неокласична концепції ризику. Еволюція наукових підходів щодо визначення ризику. | 2 | |
| 2. | Сутність та класифікація ризиків Поняття та функції ризику. Причини і фактори виникнення ризиків. Види та критерії виділення маркетингових ризиків | 2 | |
| 3. | Прогнозування, виявлення та оцінювання ризиків Сутність прогнозування та його місце в системі управління ризиками. Призначення процесу виявлення та опису ризиків. Коефіцієнт та рівні ризику. Методи оцінки ризиків. | 2 | 1 |
| 4. | Система управління ризиками і механізм її функціонування Складові та функції управління ризиками. Роль та місце інформації в системі управління ризиками. Зміст процесу управління ризиками | 2 | |
| 5. | Управління товарними ризиками | 2 | 1 |

| | | | |
|----|---|-----------|-----------|
| | Причини товарних ризиків та значущість наслідків недосконалого управління ними. Типологія та класифікація товарних ризиків. Система управління товарними ризиками. | | |
| 6. | Управління ціновими ризиками Сутність та функції цінових ризиків. Чинники цінових ризиків та їх класифікація. Способи управління ціновими ризиками та їх функції. | 2 | 2 |
| 7. | Управління ризиками збуту Збутові ризики в системі реалізаційних ризиків. Інструменти оцінки збутової політики компанії. Способи мінімізації збутових ризиків. | 2 | 2 |
| | Всього за ОК | 26 | 10 |

5.2 Перелік практичних робіт

| № з/п | Назва практичної роботи | Кількість годин | |
|-------|--|-----------------|----------|
| | | денна | заочна |
| 1 | Загальна характеристика управління проектами | 1 | |
| 2 | Планування проєктів | 1 | 2 |
| 3 | Управління вартістю (витратами) проєкту | 2 | |
| 4 | Управління закупівлями і контрактами | 1 | |
| 5 | Управління якістю проєкту | 1 | |
| 6 | Місце маркетингу проєкту в управлінні проєктами | 2 | |
| 7 | Розробка маркетингової стратегії та програми проєкту | 2 | 1 |
| 8 | Структура бюджету маркетингу проєкту | 2 | 1 |
| 9 | Концепції ризику | 1 | |
| 10 | Сутність та класифікація ризиків | 1 | |
| 11 | Прогнозування, виявлення та оцінювання ризиків | 2 | |
| 12 | Система управління ризиками і механізм її функціонування | 2 | |
| 13 | Управління товарними ризиками | 2 | 1 |
| 14 | Управління ціновими ризиками | 2 | 2 |
| 15 | Управління ризиками збуту | 2 | 1 |
| | Всього за ОК | 24 | 8 |

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

| № п/п | Назва теми | Кількість годин | |
|-------|--|-----------------|--------|
| | | денна | заочна |
| 1. | Оглядний реферат «Загальна характеристика управління проєктами та планування проєктів» | 14 | 14 |
| 2. | Розрахункове індивідуальне завдання :Управління вартістю (витратами) проєкту | 8 | 8 |
| 3. | Реферативний конспект: Управління закупівлями і контрактами | 8 | 10 |
| 4. | Індивідуальне розрахункове завдання: Управління якістю проєкту | 5 | 10 |
| 5. | Доповідь та презентація: Місце маркетингу проєкту в управлінні проєктами. Розробка маркетингової стратегії та програми проєкту | 15 | 22 |
| 6. | Індивідуальне розрахункове завдання: Структура бюджету маркетингу проєкту | 10 | 12 |

| | | | |
|-----|---|------------|------------|
| 7. | Реферативний конспект: Концепції ризику, класифікація ризиків | 15 | 18 |
| 8. | Індивідуальне розрахункове завдання: Прогнозування, виявлення та оцінювання ризиків | 5 | 8 |
| 9. | Доповідь з презентацією: Система управління ризиками і механізм її функціонування | 5 | 8 |
| 10. | Індивідуальне розрахункове завдання, доповідь з презентацією на тему «Управління маркетинговими ризиками: товарними, ціновими, збутовими» | 15 | 22 |
| | Всього за ОК | 100 | 132 |

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- *тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;*
- *виконання і захист практичних робіт і завдань до самостійної роботи;*
- *усне опитування за окремими темами;*
- *модульна контрольна робота.*

Підсумковий контроль – *екзамен.*

Нарахування балів:

| Вид роботи, що підлягає контролю | Максимальна кількість оціночних балів | |
|--|---------------------------------------|--------------|
| | денна | заочна |
| Змістовний модуль 1. Концептуальні засади управління проєктами у маркетингу | | |
| Лекційний курс* | 5 | 5 |
| Практичні роботи * | 15 | 9 |
| Самостійна робота (у вигляді індивідуальних завдань)* | 5 | 11 |
| Тестування* | 10 | 10 |
| Всього за змістовний модуль 1 | 35 | 35 |
| Змістовний модуль 2. Управління ризиками у маркетингу | | |
| Лекційний курс* | 5 | 5 |
| Практичні роботи* | 15 | 9 |
| Самостійна робота (у вигляді індивідуальних завдань)* | 5 | 11 |
| Тестування* | 10 | 10 |
| Всього за змістовний модуль 2 | 35 | 35 |
| Екзамен | 30,0 | 30,0 |
| Всього | 100,0 | 100,0 |

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перерахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті.](#)

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів
Підсумковий контроль – екзамен

| <i>Бали</i> | <i>Критерії оцінювання</i> | <i>Оцінка за національною шкалою</i> |
|--------------------|---|---|
| 27-30 балів | якщо здобувач демонструє повні й глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь і навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, уміння приймати необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях, вільне володіння науковими термінами, високу комунікативну культуру | відмінно |
| 23-26 балів | якщо здобувач виявляє дещо обмежені знання навчального матеріалу, допускає окремі несуттєві помилки й неточності | дуже добре |
| 18-22 бали | якщо здобувач засвоїв основний навчальний матеріал, володіє необхідними вміннями та навичками для вирішення стандартних завдань, проте при цьому допускає неточності, не виявляє самостійності суджень, демонструє недоліки комунікативної культури | задовільно |
| 0-17 балів | якщо здобувач не володіє необхідними знаннями, вміннями й навичками, науковими термінами, демонструє низький рівень комунікативної культури | незадовільно |

Контрольні заходи під час лекційного курсу

| <i>Бали за 1 модуль</i> | <i>Критерії оцінювання</i> | <i>Оцінка за національною шкалою</i> |
|--------------------------------|---|---|
| 5 | Здобувач відвідував 90-100 % лекційних занять, надавав повні та обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін або попередніх тем під час експрес-опитування, брав активну за власною ініціативою участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив проблемні запитання, брав участь в обґрунтовуванні висновків-резюме за підсумками розгляду теми лекції чи окремих питань | відмінно |
| 4 | Здобувач відвідував 80-90 % лекційних занять, надавав вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції | дуже добре |
| 3 | Здобувач відвідував 60-80 % лекційних занять, надавав достатньо вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції | добре |
| 2 | Здобувач відвідував не менше 50 % лекційних занять, надавав достатні, але не обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції | достатньо |
| 0-1 | Здобувач відвідував не більше 50% лекційних занять, не брав участі в експрес-опитуваннях щодо базових аспектів теми лекції та не брав участі у дискусіях з проблемних аспектів лекції | незадовільно |

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – денна форма навчання – 15 практичних робіт)

| | | |
|------------------------|---|--------------|
| 2,0 – 1,8 балів | <i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i> | відмінно |
| 1,7- 1,5 балів | <i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i> | дуже добре |
| 1,4 – 1,2 балів | <i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i> | добре |
| 1,1 – 0,8 балів | <i>Практична відпрацьована, відповіді в більшій мірі неповні, допущені грубі помилки</i> | достатньо |
| 0,7 - 0 балів | <i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді або частково незадовільні</i> | незадовільно |

Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи – заочна форма навчання – 6 практичних робіт)

| | | |
|------------------------|---|--------------|
| 3,0 – 2,5 балів | <i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i> | відмінно |
| 2,4- 2,1 балів | <i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i> | дуже добре |
| 2,0 – 1,6 балів | <i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i> | добре |
| 1,5 – 0,8 балів | <i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i> | достатньо |
| 0,7 - 0 балів | <i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді або частково незадовільні</i> | незадовільно |

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи денна форма навчання – 10 робіт)

| | | |
|------------------------|---|--------------|
| 1,0 – 0,8 балів | <i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i> | відмінно |
| 0,7 - 0,6 балів | <i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i> | дуже добре |
| 0,5– 0,4 балів | <i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i> | добре |
| 0,3– 0,2 балів | <i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i> | достатньо |
| 0,1 – 0 балів | <i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i> | незадовільно |

Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи заочна форма навчання – 10 робіт)

| | | |
|------------------------|---|--------------|
| 2,2 – 1,9 балів | <i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i> | відмінно |
| 1,8 - 1,5 балів | <i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i> | дуже добре |
| 1,4– 1,1 балів | <i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i> | добре |
| 1,0– 0,7 балів | <i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i> | достатньо |
| 0,6 – 0 балів | <i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i> | незадовільно |

Тестування (в процесі модульного контролю)

| | | |
|-------------------|---|--------------|
| 10,0 - 8,0 | <i>100 - 81 % правильних відповідей</i> | відмінно |
| 7,0 - 5,0 | <i>80 – 64 % правильних відповідей</i> | дуже добре |
| 4,0 – 2,0 | <i>63 – 55 % правильних відповідей</i> | добре |
| 1,0 – 0,8 | <i>54 – 43 % правильних відповідей</i> | достатньо |
| 0,7 – 0 | <i>42 – 0 % правильних відповідей</i> | незадовільно |

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

Лекційні заняття: *Вербальні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально - демонстративний метод, проблемний виклад.*

Практичні заняття: *аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, мозковий штурм, проєктний метод*

Самостійна робота: *робота з навчально-методичними матеріалами, робота зі статистично-аналітичними звітами, аналітичними оглядами ринку, науково-дослідна робота студентів (методи пізнання, аналогій, оцінка, ілюстрація тощо), реферування, конспектування)*

8. Інформаційні ресурси.

Базові (основні):

1. Управління проєктами [Електронний ресурс] : підручник / П. П. Микитюк, В. Я. Брич, Ю. І. Микитюк, І. М. Труш ; під ред. П. П. Микитюка ; Західноукр. нац. ун-т. — Тернопіль : ЗУНУ, 2021. — 416 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2150505>

2. Глосарій основних термінів з дисципліни "Маркетинг" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність", ступінь вищ. освіти "бакалавр", ден. та заоч. форм навчання / О. О. Голубьонкова, М. Г. Брайко ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2019. — Електрон. текст. дані: 23 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.165678>

3. Основи інтернет-маркетингу [Текст] : навч. посіб. Ч. 1 / Н. Р. Кордзая. — Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. — 184 с. : табл., рис. — Бібліогр.: с. 176-180.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.166974>

4. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / О. С. Сенишин, О. В. Кривешко ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. — Львів, 2020. — 347 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1805993>

5. Економічні трансформації бізнес-структур в Україні [Текст] : монографія / Н. Й. Басюркіна, Ю. О. Бровкіна, С. Ю. Вігуржинська та ін. ; за ред. Н. Й. Басюркіної ; Одес. нац. акад. харч. технологій. — Одеса : ОНАХТ, 2018. — 288 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ->

[cnv.BibRecord.166303](#)

6. Management and Technical Operations [Електронний ресурс]. Chapter 5. — 2020. — Electron. text. data: 52 p. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1742693>

7. Інноваційні процеси та оцінювання малого бізнесу в харчовій галузі [Текст] : монографія / Л. О. Іванова, І. І. Шофул, С. В. Малих, Л. М. Сагач ; Одес. нац. акад. харч. технологій. — Одеса, 2020. — 170 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1306094>

8. Коваленко, Н. О. Методичні вказівки до виконання самостійної роботи з курсу "Управління проектами в готельно-ресторанному бізнесі" [Електронний ресурс] : для студентів СВО "Бакалавр" спец. 241 "Готельно-ресторанна справа" ден. і заоч. форми навчання / Н. О. Коваленко ; відп. за вип. А. К. Д'яконова ; Каф. готельно-ресторанного бізнесу (ГРБ). — Одеса : ОНАХТ, 2019. — Електрон. текст. дані: 14 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1670739>

9. Хрупович, Світлана Євгенівна. Моделювання та прогнозування маркетингу [Електронний ресурс] : електрон. навч. посіб. / С. Хрупович. — Тернопіль : ЗУНУ, 2022. — 121 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2147851>

Додаткова

1. Андрейченко А.В. Управління проектами в парадигмі бізнес-лідерства [Текст] : навч. посіб. / А. В. Андрейченко ; Проект TEMPUS "Освіта для лідерства, інтелігентності та розвитку таланту", Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. — Київ : Пріоритети, 2016. - 36 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.166527>

2. Батенко, Л. П. Управління проектами [Текст] : навч. посіб. / Л. П. Батенко, О. А. Загородніх, В. В. Ліщинська ; Київ. нац. екон. ун-т. - Київ : КНЕУ, 2005. - 231 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.27319>

4. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання [Текст] : навч. посіб. / Л. І. Донець. - Київ: Центр навч. літ., 2006. - 312 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.90440>

5. Дорошенко М.М. Управління проектами [Текст] : опор. конспект лекцій / М. М. Дорошенко ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Каф. менеджменту. — Київ : КНТЕУ, 2010. - 44 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.53223>

6. Кожушко, Леонід Федорович Управління проектами [Текст] : навч. посіб. / Л. Ф. Кожушко, С. М. Кропивко ; Нац. ун-т водного госп-ва та природокористування. - Київ : Кондор, 2014. — 388 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.137431>

7. Тарасюк Г.М. Управління проектами [Текст] : навч. посіб. / Г. М. Тарасюк. — Київ: Каравела, 2004. — 344 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.36965>

8. Юшин С.О. Управління інноваційними проектами [Текст] : опор. конспект лекцій / С. О. Юшин, О. О. Бугрова, М. М. Дорошенко ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Каф. менеджменту. - Київ: КНТЕУ, 2011. - 47 с. <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.72469>

9. Оптимізаційні методи та моделі в підприємницькій діяльності: Навчальний посібник. / Волонтир Л.О., Потапова Н.А., Ушкаленко І.М., І.А.Чіков., Вінницький національний аграрний університет. Вінниця: ВНАУ, 2020 . 404 с. URL: <http://repository.vsau.org/getfile.php/25186.pdf>

10. Оптимізаційні методи та моделі : навчальний посібник / Н. В. Буреннікова, О. В. Зелінська, І. М. Ушкаленко, Ю. Ю. Буренніков. – Вінниця : ВНТУ, 2019. – 121 с. URL: http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/IRVC/Burennikova_2019_121.pdf
11. Ільман В. М., Михайлова Т. Ф., Самойлов С. П., Панік Л. О. Оптимізаційні методи і моделі : навч. посіб.. Дніпро: Дріант, 2020. 240 с.
12. Григорків В.С. Оптимізаційні методи та моделі : підручник / В.С. Григорків, М.В. Григорків, О.І. Ярошенко. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2022. – 440 с. <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/5257>

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#), [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#).

Викладач /ПІДПИСАНО/ Людмила БАХЧИВАНЖИ

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри МПіТ _____

Протокол від « 17 » серпня 2023 р. № 1

Завідувач кафедри /ПІДПИСАНО/ Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг та Digital - комунікації*
доцент, кафедра МПіТ

/ПІДПИСАНО/ Рафаела ЗНАЧЕК