

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний технологічний університет

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління проєктами та ризиками у маркетингу

обов'язкова навчальна дисципліна

Мова навчання – українська

Освітньо-професійна програма Маркетинг, Реклама та зв'язки з громадськістю, Digital маркетинг

Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг

Шифр та найменування галузі знань 07 Управління і адміністрування

Ступінь вищої освіти бакалавр

Розглянуто, схвалено та затверджено
Методичною радою університету

РОЗРОБЛЕНО ТА ЗАБЕЗПЕЧУЄТЬСЯ: кафедрою маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеського національного технологічного університету

РОЗРОБНИК (розробники): Бахчиванжи Л.А., доцент, канд. екон. наук,
Євтушок О.В., ст. викл., канд. екон. наук

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри Маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «01» червня 2022 р. №_11_

Завідувач кафедри _____ Володимир ЛАГОДІЄНКО

(підпис)

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Розглянуто та схвалено методичною радою зі спеціальностей 075 Маркетинг та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 Управління і адміністрування

Голова ради _____

Марина МАРДАР

Гарант освітньої програми «Маркетинг» _____

Олена ГОЛУБЬОНКОВА

Гарант освітньої програми «Digital маркетинг» _____

Натела КОРДЗАЯ

Гарант освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» _____

Ганна ЛОЗОВСЬКА

Розглянуто та схвалено Методичною радою університету

Протокол від «__» _____ 20__ р. №__

Секретар Методичної ради університету _____ Валерій МУРАХОВСЬКИЙ

(підпис)

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка.....	4
1.1	Мета та завдання навчальної дисципліни	4
1.2	Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти.....	4
1.3	Міждисциплінарні зв'язки.....	5
1.4	Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС.....	6
2	Зміст дисципліни:.....	6
2.1	Програма змістових модулів.....	6
2.2	Перелік лабораторних робіт.....	8
2.3	Перелік завдань до самостійної роботи.....	8
3	Критерії оцінювання результатів навчання.....	9
4	Інформаційне забезпечення.....	11

1. Пояснювальна записка

1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання дисципліни «*Управління проектами та ризиками у маркетингу*» є сприяння оволодінню здобувачами спеціальності «Маркетинг» навиками 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.

Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти

У результаті вивчення навчальної дисципліни «*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 Маркетинг](https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf) (<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>) та [освітньо-професійних програмах «Маркетинг»](http://nmv.ontu.edu.ua/opp/075b-m2020.pdf) (<http://nmv.ontu.edu.ua/opp/075b-m2020.pdf>), [«Реклама та зв'язки з громадськістю»](http://nmv.ontu.edu.ua/opp/075b-rzg2020.pdf) (<http://nmv.ontu.edu.ua/opp/075b-rzg2020.pdf>), [Digital – маркетинг](http://nmv.ontu.edu.ua/opp/075b-dm2020.pdf) (<http://nmv.ontu.edu.ua/opp/075b-dm2020.pdf>) 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 6- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності

ЗК 7 – Здатність застосовувати знання у практичній ситуації

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

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

СК2 - Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу

СК5 - Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу

СК6 - Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності

СК7 - Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів

СК9 - Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності

СК10 - Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності

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 1 - Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності

ПРН 5 - Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів

ПРН 8 Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища

ПРН19 - Впроваджувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг з використанням digital-комунікацій

1.2. Міждисциплінарні зв'язки

Попередні освітні компоненти, що передують вивченню *Управлінню проектами та ризиками у маркетингу* – маркетинг, маркетингові дослідження,

маркетингова товарна політика, маркетингова політика розподілу, маркетингова цінова політика. *Освітні компоненти, що викладаються після вивчення Управління проектами та ризиками у маркетингу* - маркетинговий аналіз та аудит, стратегія та планування у маркетингу.

1.3. Обсяг навчальної дисципліни в кредитах ЄКТС

Навчальна дисципліна викладається на 3 курсі у 6-му семестрі для денної форми навчання ОПП «Маркетинг», ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю», ОПП «Digital – маркетинг» та на 4 курсі у 8-му семестрі заочної форми навчання ОПП «Маркетинг»
Кількість кредитів ECTS - 5, годин - 150

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	50	26	24	
заочна	16	8	8	
Самостійна робота, годин	Денна - 100		Заочна - 134	

2. Зміст навчальної дисципліни

2.1. Програма змістовних модулів

Змістовий модуль 1: *Управління проектами у маркетингу*

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

	операційних та фінансових бюджетів. Взаємозв'язок бюджетів, їх типові форми, порядок складання та необхідна для цього інформація.		
4.	Управління закупівлями і контрактами Закупівлі і поставки в проектному циклі. Планування та контроль закупівель і контрактів. Підрядні торги.	1	
5.	Управління якістю проєкту Концепція управління якістю. Структурна характеристика управління якістю. Політика у сфері якості.	1	
6.	Місце маркетингу проєкту в управлінні проєктами Маркетинговий контекст управління проєктами. Взаємозв'язок маркетингу проєкту з іншими складовими проєкту. Послідовність розробки концепції маркетингу проєкту.	2	
7.	Розробка маркетингової стратегії та програми проєкту Сутність маркетингової стратегії, її класифікація та місце в проєкті. Сутність, зміст та базові напрями програми маркетингу проєкту. Інструменти маркетингового управління проєктами.	2	1
8.	Структура бюджету маркетингу проєкту Бюджет маркетингу як складова загального бюджету проєкту. Зміст та методи визначення прибуткової частини бюджету. Витратна частина бюджету та її визначення.	1	1
	<i>Разом за модулем 1</i>	12	4

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 Причини товарних ризиків та значущість наслідків недосконалого управління ними. Типологія та класифікація товарних ризиків. Система управління товарними ризиками.	2	1
6.	Управління ціновими ризиками Сутність та функції цінових ризиків.	2	1

	Чинники цінкових ризиків та їх класифікація. Способи управління цінковими ризиками та їх функції.		
7.	Управління ризиками збуту Збутові ризики в системі реалізаційних ризиків. Інструменти оцінки збутової політики компанії. Способи мінімізації збутових ризиків.	2	1
	<i>Разом за модулем 2</i>	14	4
	Разом з дисципліни	26	8

2.2. Перелік лабораторних робіт

№ з/п	Назва лабораторної 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 проектами	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 цінковими ризиками	2	2
15	Управління ризиками збуту	2	1
	Всього	24	8

2.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Загальна характеристика управління проектами	4	4
2.	Планування проєктів	10	10
3.	Управління вартістю (витратами) проєкту	8	10
4.	Управління закупівлями і контрактами	8	8
5.	Управління якістю проєкту	5	10
6.	Місце маркетингу проєкту в управлінні проектами	5	10
7.	Розробка маркетингової стратегії та програми проєкту	10	12
8.	Структура бюджету маркетингу проєкту	10	12
9.	Концепції ризику	10	12
10.	Сутність та класифікація ризиків	5	6
11.	Прогнозування, виявлення та оцінювання ризиків	5	8
12.	Система управління ризиками і механізм її функціонування	5	8
13.	Управління товарними ризиками	5	8
14.	Управління цінковими ризиками	5	8
15.	Управління ризиками збуту	5	8
	Всього	100	134

3. Критерії оцінювання результатів навчання

Види контролю: поточний, підсумковий – екзамен

Нарахування балів за виконання змістового модуля

Вид роботи, що підлягає контролю	Оцінні бали		Форма навчання					
			денна			заочна		
	<i>min</i> (денна/ заочна)	<i>max</i> (денна/ заочна)	Кількість робіт	Сумарні бали		Кількість робіт	Сумарні бали	
		<i>min</i>		<i>max</i>	<i>min</i>		<i>max</i>	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1 <i>Управління проектами у маркетингу</i>								
Робота на лекціях	0,25	0,62/1	8	2	5	2	0,5	2,0
Виконання лабораторних робіт	2	3	5	10	15	2	4	6
Опрацювання питань, не винесених на лекції	0,5	1	10	5	10	10	5	10
Підготовка до лабораторних занять	1	2	5	5	10	2	2	4
Виконання індивідуальних завдань	1,6 /4,65	2/7	5	8	10	4	18,5	28
Проміжний результат	x	x	x	30	50	x	30	50
Поточний контроль (розрахунково-тестовий)	30	50	x	30	50	x	30	50
Оцінка за змістовий модуль 1				60	100		60	100
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 2. <i>Управління ризиками у маркетингу</i>								
Робота на лекціях	0,4	1	5	2	5	2	0,8	2
Виконання лабораторних робіт	2	3	5	10	15	2	4	6
Опрацювання питань, не винесених на лекції	1	2	5	5	10	5	5	10
Підготовка до лабораторних занять	1	2	5	5	10	2	2	4
Виконання індивідуальних завдань	1,6 /4,6	2/7	5	8	10	4	18,2	28
Проміжний результат	x	x	x	30	50	x	30	50
Поточний контроль (розрахунково-тестовий)	30	50	x	30	50	x	30	50
Оцінка за змістовий модуль 2				60	100		60	100
Можливість отримання додаткових балів								
Рейтинг за творчі здобутки студентів (у тому числі результатів неформальної освіти)	0	10	–	0	10	–	0	10

Критерії оцінювання до поточних контрольних робіт та екзамену

Поточна (модульна) контрольна робота складається з розрахункового завдання та тестових питань.

Таблиця 1 - Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Завдання контрольної роботи	Шкала оцінювання, бали	Критерії оцінювання
1	2	3
Розрахункове завдання	21-30	Студент самостійно розв'язує стандартні, комбіновані й нестандартні проблеми задачі, здатний проаналізувати й узагальнити отриманий результат. Крім того, його дії відрізняються раціональністю, вмінням оцінювати помилки й аналізувати результати. Відповідь базується на рівні творчого мислення. Визначає суттєві елементи, які повинні враховуватися при аналізі завдання. Студент виявив всебічні і глибокі знання програмного матеріалу, демонструє вміння логічно мислити, робити логічні висновки. Завдання виконано повністю, відповідь обґрунтовано, аргументовано і оформлено належним чином.
	11-20	Студент самостійно розв'язує типові елементи задачі (або за визначеним алгоритмом), може самостійно скласти розрахункову схему та обрати раціональний метод розв'язання, але не завжди здатний провести аналіз і узагальнення результату. Студент виявив знання навчально-програмного матеріалу вище середнього рівня з декількома незначними помилками, які істотно не впливають на кінцевий результат. Відповідь базується на рівні самостійного мислення.
	2	3
	5-10	Студент при виконанні завдання виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, що необхідний для подальшого навчання і роботи. Обрав правильний напрямок дій для розв'язку, але з наявністю несуттєвих помилок в розкритті окремих питань та поверховому обґрунтуванні висновків. Завдання виконано не менше ніж на 80%, якщо допущені незначні помилки у розрахунках або оформленні
	1-4	Студент розв'язав найпростіші типові елементи задачі, виявив здатність виконувати основні елементарні операції, але не спроможний самостійно сформулювати проблему і визначити метод її розв'язання, та прийняти управлінське рішення. Завдання виконано не менше ніж на 60% за умови належного оформлення; Відповідь студента та виконання завдань відповідають мінімальним вимогам. Студент демонструє здатність впоратися з завданнями, передбаченими програмою, на рівні репродуктивного відтворення
	0	Студент відмовився від розв'язання розрахунково-аналітичної задачі
Тестове завдання	0-20	Тестове завдання містить 20 питань (тільки одна відповідь є правильною). За кожну правильну відповідь студент отримує 1 бал.

Завдання екзаменаційного білету складаються: з відповідей на два теоретичних питання, розв'язання 10 тестових завдань та однієї розрахунково-

аналітичної задачі.

Таблиця 2 - Загальні критерії оцінювання екзаменаційного завдання

№ з\п	Вид завдання	Максимальний бал	Пояснення до нарахування балів
1	2	3	4
1.	Відповіді на теоретичні питання (2 питання)	20	За надану повну обґрунтовану відповідь на два питання (максимальний бал – 10 балів за кожну відповідь)
2.	Розв'язання тестів	50	За кожний правильно розв'язаний тест нараховується 5 балів.
3.	Розв'язання задачі	30	Максимальний бал нараховується за умов, що завдання виконано повністю, відповідь обґрунтовано, висновки та пропозиції аргументовано і оформлено належним чином
	Разом	100	

4. Інформаційні ресурси

Базові (основні):

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=OdONANT-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=OdONANT-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=OdONANT-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=OdONANT-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=OdONANT-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>