

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «Управління проєктами та ризиками у маркетингу»



**Ступінь вищої освіти:** *Бакалавр*

**Спеціальність:** *075 Маркетинг*

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

**Викладач:** *Бахчиванжи Людмила Анатоліївна, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри*

**Кафедра:** *Маркетингу, підприємництва і торгівлі*

**Профайл викладача:**

**Контактна інформація:**

тел: 0679303679

e-mail:7462686@ukr.net

### 1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *обов'язкова*

Мова викладання – *українська*

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	

#### Розклад занять

<https://rozklad.ontu.edu.ua/login.php>

### 2. Анотація навчальної дисципліни

Значна частина сучасного бізнесу в Україні та у світі є проєктно-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 проєкти у сфері маркетингу - це серйозні заходи, які націлені на реалізацію маркетингових стратегій компанії.

Від уміння реалізувати маркетинговий проєкт залежить ефективність функціонування всіх систем підприємства. Управління проєктами стає актуальною і важливою сферою для маркетингологів будь-якої ланки.

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

Попередні освітні компоненти, що передують вивченню *Управління проєктами 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.

### **3. Мета 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.

### **4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною**

<http://marketing.ontu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/29/2022/08/RP-Upravlinnya-proyektami-ta-rizikami-u-marketingu.pdf>

### **5. Зміст навчальної дисципліни**

<http://marketing.ontu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/29/2022/08/RP-Upravlinnya-proyektami-ta-rizikami-u-marketingu.pdf>

### **6. Система оцінювання та вимоги**

**Види контролю:** поточний, підсумковий – екзамен

**Нарахування балів**

<http://marketing.ontu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/29/2022/08/RP-Upravlinnya-proyektami-ta-rizikami-u-marketingu.pdf>

**Інформаційні**

**ресурси**

<http://marketing.ontu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/29/2022/08/RP-Upravlinnya-proyektami-ta-rizikami-u-marketingu.pdf>

### **7. Політика навчальної дисципліни**

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), [«Кодекс академічної](#)

доброчесності Одеського національного технологічного університету»  
<https://ontu.edu.ua/download/pubinfo/Code-of-Academic-Integrity-ONUT.pdf> та «Положення  
про організацію освітнього процесу».

Викладач ПІДПИСАНО Людмила БАХЧИВАНЖИ

Завідувач кафедри ПІДПИСАНО Володимир ЛАГОДІЄНКО