



Львівський національний  
університет  
природокористування

Факультет управління,  
економіки та права

Кафедра міжнародних  
економічних відносин та  
маркетингу

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «Управління маркетинговими проектами»

Рівень вищої освіти – *Перший (бакалаврський) рівень*

Галузь знань – *07 «Управління та адміністрування»*

Спеціальність – *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма – *«Маркетинг»*

Кількість кредитів – 3

Компонент освітньо-професійної програми – *вибіркова*

Мова викладання – українська

<b>Лектор курсу</b>	ХІРІВСЬКИЙ Роман Петрович
<b>Профайл лектора</b>	<a href="https://www.lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/kolektyv-kafedry?id=4035">https://www.lnup.edu.ua/uk/kafmignarek/kolektyv-kafedry?id=4035</a>
<b>Контактна інформація</b>	<a href="mailto:Romankhirivskiy@i.ua">Romankhirivskiy@i.ua</a> телефон: +380971224437

## ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

<b>Анотація до курсу</b>	«Управління маркетинговими проектами» є вибірковою дисципліною та складовою навчального плану, циклу дисциплін професійної підготовки, яка сприяє підготовці фахівців з маркетингу. Студенти ознайомляться із засадами маркетингової проектної діяльності підприємства, специфічними методами й інструментами проектного менеджменту; розвинуть вміння виконувати основні функції управління маркетинговими проектами – організацію, планування та контроль.
<b>Мета курсу</b>	Метою курсу «Управління маркетинговими проектами» є формування компетентностей відносно застосування універсального інструментарію розробки та реалізації маркетингових проектів з метою досягнення ефективного існування та розвитку підприємства.
<b>Пререквізити курсу</b>	Маркетингові дослідження, статистика, маркетинговий аналіз, правознавство та правове забезпечення.
<b>Формат курсу</b>	проведення лекцій, практичних і семінарських занять та консультації для кращого розуміння тем, виконання СРС, проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів тощо). В процесі навчання студентів проводяться різні види лекцій, зокрема тематичні лекції, лекції- дискусії, проблемні лекції, лекції із запрошенням

	практичних спеціалістів зі сфери маркетингу, комунікацій, лекції з виїздом на виробництво. Семінарські заняття студентів проводяться у вигляді семінарів-диспутів, семінарів з виступами студентів, семінарів-практикумів. Використовуються також ігрові методи інтерактивного навчання (дидактичні, ділові, рольові організаційно-діяльності ігри). На практичних заняттях застосовуються такі методи як дослідження, самостійна робота, розв'язування контрольних завдань, розбір ситуацій із практики, кейси та ін.
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік

### СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Зміст тем курсу
<b>ТЕМА 1. Аспекти управління реалізацією маркетингових проектів</b>	1.1. Основні принципи й елементи системи управління проектом. 1.2. Суть термінів проект, ініціатива, управління. 1.3. Концепції, методики та моделі управління маркетинговими проектами, програмами та ініціативами. 1.4. Класифікація маркетингових проектів
<b>ТЕМА 2. Маркетинговий аналіз ринкових можливостей запуску стартап-проекту</b>	2.1. Аналіз ринку стар-тап проекту. 2.2. Визначення обсягу цільового ринку.
<b>ТЕМА 3. Обґрунтування доцільності проекту та оцінка його ефективності.</b>	3.1. Обґрунтування доцільності проекту. 3.2. Оцінка ефективності проектів.
<b>ТЕМА 4. Управління ризиками в маркетингових проектах.</b>	4.1. Поняття ризику та невизначеності, класифікація проектних ризиків. 4.2. Причини виникнення та наслідки проектних ризиків. 4.3. Управління проектними ризиками.
<b>ТЕМА 5. Основні форми організаційної структури проекту.</b>	5.1. Організація системи управління проектами. 5.2. Проектування організаційної структури управління проектами. 5.3. Управління проектами з використанням зовнішньої організаційної структури проекту
<b>ТЕМА 6. Якість в контексті проектного менеджменту.</b>	6.1. Поняття якості в контексті проектного менеджменту. 6.2. Витрати на забезпечення якості проекту
<b>ТЕМА 7. Сіткове і календарне планування проекту.</b>	7.1. Планування послідовності робіт 7.2. Календарне планування робіт 7.3. Головна мета, завдання та методологія розробки сіткових графіків

## **Компетентності, яких набуває студент при вивченні дисципліни відповідно до освітньо-професійної програми**

### ***Загальні компетентності***

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

### ***Фахові компетентності***

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

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

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

### ***Програмні результати навчання***

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

## **АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ**

**Політика щодо перескладання.** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, звільнення, лікарняний).

**Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, звільнення з поважних причин) студенти, які пропустили заняття, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка відпрацювання пропущених занять.

**Політика щодо академічної доброчесності.** Студенти зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності відповідно до Положення «Про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування» ([https://www.lnup.edu.ua/files/principle\\_NMVZYAVO/1.pol\\_pro\\_akad\\_dobr.pdf](https://www.lnup.edu.ua/files/principle_NMVZYAVO/1.pol_pro_akad_dobr.pdf)).

**Політика щодо використання електронних засобів.** На заняттях можна користуватися електронними засобами (ноутбук, планшет, телефон) виключно для діяльності, яка пов'язана з проблематикою курсу. Їхнє використання для інших цілей не

допускається. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Для виконання тестів в системі Moodle (інших ресурсах) рекомендується використовувати ноутбуки, планшети та телефони.

**Методи контролю.** Для діагностики результатів навчання використовується поточне опитування, тестування, розв'язання задач; письмові тести та задачі за змістовими модулями (розв'язування навчальних, ситуаційних та тестових завдань, кейсів), командні проекти; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах. Контроль за рівнем засвоєння навчальної дисципліни передбачає використання таких його видів і методів.

## **МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ**

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у методичних рекомендаціях:

1. Хірівський Р.П. Управління маркетинговими проектами: методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної підготовки для студентів ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» – Дубляни : Львівський національний університет природокористування, 2024. - 42 с.

## **ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

*Основні:*

1. Довгань Л.Є., Мохонько Г.А., Малик І. П. Управління проектами. навчальний посібник. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. с. 420 URL: [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/19481/1/DMM\\_UP\\_2017.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/19481/1/DMM_UP_2017.pdf)

2. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Пер. з англ. К.Куницької та О.Замаєвої. Київ: КМ-БУКС. 2018. 208с.

3. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [монографія]. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 252 с.

4. Микитюк П.П. Управління проектами: Навч.пос. для студ.вищ.навч.закл./ П.П.Микитюк. Тернопіль, 2014. 270 с.

5. Труніна І.М., Скребкова К.С., Пряхіна К.А. Вимоги ринку праці до сучасного маркетолога. Marketing and logistics in the management system. Abstracts of the XIV International Scientific and Practical Conference, 2022. с. 220-222.

*Допоміжні:*

1. Блага Н.В. Управління проектами: навч. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 152 с.

2. Ноздріна Л.В., Ящук В.І., Полотай О.І. Управління проектами: підручник / За заг. ред. Л.В. Ноздріної. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 432 с.

3. Приймак В.М. Управління проектами: навч. посіб. Київ: Київський національний ун-т імені Тараса Шевченка, 2017. 464 с.

4. Приймак В.М. Управління проектами. Збірник кейсів [Електронний ресурс]: навч. посіб. Київ: Київський національний ун-т імені Тараса Шевченка, 2021. 268 с.