



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Управління проєктами в маркетингу

КАФЕДРА

### Маркетингу

РОЗРОБНИК

**Чуприна Олена Оскарівна**

д.е.н., доцент

chuprina.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**4**

кредитів ЄКТС  
(120 годин)

**32**

годин контактна робота з викладачем  
(16 годин лекцій;  
16 години семінарських занять)

**88**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**другий**  
магістр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**екзамен**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

опанування знань з дисципліни «Маркетинг»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів сучасних теоретичних знань, практичних умінь і навичок щодо управління проєктами в маркетинговій діяльності

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### **Модуль 1. Теоретичний базис управління проєктами в маркетинговій діяльності**

- Тема 1.** Теоретичні основи управління проєктами в системі маркетингової діяльності
- Тема 2.** Обґрунтування доцільності проєкту
- Тема 3.** Організаційна структура управління проєктом

### **Модуль 2. Підходи до управління проєктами в маркетинговій діяльності**

- Тема 4.** Планування та структуризація проєктів в маркетинговій діяльності
- Тема 5.** Ресурсне забезпечення проєктів
- Тема 6.** Контроль виконання проєктів в маркетинговій діяльності
- Тема 7.** Управління ризиками проєктування в маркетинговій діяльності
- Тема 8.** Управління якістю та ефективністю проєкта в маркетинговій діяльності

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- здатність адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;
- навички планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;
- вміння підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними;
- володіння навичками цілісного підходу до аналізу проблем, приймати нестандартні рішення, вирішувати проблемні ситуації.
- вміння представляти досліджуваний об'єкт у вигляді моделі. Застосовувати методи і прийоми моделювання для вирішення наукових задач.



## Донецький державний університет управління

### МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

### РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

#### Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 20 балів;
- Виконання індивідуальних завдань і кейсів, розв'язання задач – 50 балів.
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

#### Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

#### За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

#### Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



## Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

### **Основна література:**

1. Микитюк П. П. Управління проєктами: Навч. пос. для студ. вищ. навч. закл. Тернопіль, 2014. 270 с.
2. «Управління проєктами»: навчальний посібник до вивчення дисципліни для магістрів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» / Уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, І.П. Малик. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420 с.
3. Филипенко О. М., Колеснік Т.С. Управління проєктами : навч. посібник. Харків : ХДУХТ, 2016. 161 с.

### **Англомовні видання:**

1. Heerkens Gary R. Project Management. McGraw-Hill. 2002. 266 с.
2. Keegan Warren Global Marketing Management, Pearson International Edition, 7th Edition. Pearson Education, 2012. 660 p
3. Larson Erik W, Gray Clifford F. . Project Management: The Managerial Process (5th Edition) Published by McGraw-Hill/Irwin. 2011.
4. Kotler, Philip T. Armstrong Gary Principles of Marketing, 17th Edition. Pearson, 2017. 737 p.

### **Інтернет джерела:**

1. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>.
2. Міжнародна Асоціація маркетингових ініціатив. URL: <http://www.mami.org.ua/>
3. Сайт Міжнародної Маркетингової Групи Україна. URL: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3574>
4. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>.