АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

Факультет Економіки, соціальних технологій та туризму

Академія праці, соціальних відносин і туризму

Кафедра маркетингу

Academy of Labour, Social Relations and Tourism

Department of Marketing

"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Проректор з навчально-педагогічної роботи

_____І.С. Чорнодід

"27" серпня 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Проєктна діяльність

(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань – D «Бізнес, адміністрування та право»

Спеціальність – D5 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма – Маркетинг

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Київ 2026

Робоча програма навчальної дисципліни “Проєктна діяльність” для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня “Магістр” спеціальності D5 Маркетинг освітньо-професійної програми “Маркетинг”

Розробник: **Базарна Ольга Вікторівна,** доктор філософії з економіки, доцент кафедри маркетингу

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу

Протокол 1 від “24” серпня 2026 року

Завідувач кафедри маркетингу

_____ Писаренко Н.В.
підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено науково-методичною радою Академії праці, соціальних відносин і туризму

Протокол 1 від “27” серпня 2026 року

Голова _____ (Чорнодід І.С.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

© Базарна О.,В., 2026 рік
© АПСВТ, 2026 рік

Робоча програма навчальної дисципліни розроблена на основі Національної рамки кваліфікацій України, «Положення про організацію освітнього процесу в Академії праці, соціальних відносин та туризму» від 07квітня 2026 року, Протокол № 7, освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня підготовки за спеціальністю «Маркетинг» та інших відповідних нормативних документів.

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td>Кількість кредитів 3/3</td><td>Галузь знань
D Бізнес, адміністрування та право</td><td colspan="2">Обов’язкова, формує загальні компетентності</td></tr>
<tr><td>Загальна кількість годин 90 годин</td><td rowspan="5">Спеціальність:
D5 Маркетинг</td><td colspan="2">Рік підготовки</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Модулів – 2</td><td>1-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>2-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td rowspan="8">Тижневих годин для денної форми навчання:
аудиторних – 2
самостійної роботи здобувача – 4</td><td rowspan="8">Освітній ступінь: другий (магістерський)</td><td>20 год.</td><td>12 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семінарські заняття</td></tr>
<tr><td>10 год.</td><td>6 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>60 год.</td><td>72 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Іспит</td></tr>
</table>

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 30/60

для заочної форми навчання – 18/72

Навчальна дисципліна «Проєктна діяльність» спрямована на формування у здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти системного розуміння сучасних підходів, методів та інструментів розроблення, планування, реалізації й

оцінювання проєктів. В умовах динамічного ринкового середовища, цифрової трансформації та необхідності оперативного реагування на зміни проєктна діяльність виступає важливим інструментом досягнення стратегічних і тактичних цілей ринкового суб'єкта. Опанування дисципліни забезпечує здатність обґрунтовувати проєктні рішення, визначати цілі, ресурси, строки та очікувані результати проєкту, оцінювати ризики й ефективність його реалізації, а також організовувати командну роботу в процесі управління проєктами.

Місце навчальної дисципліни в ОПП. «Проєктна діяльність» є обов'язковим освітнім компонентом **(ОКЗ 4)** циклу навчальних дисциплін, що формують загальні компетентності за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг.

Дисципліна вивчається у другому семестрі першого року навчання**.** Обсяг – 3 кредити ЄКТС**,** форма підсумкового контролю – іспит**.**

Предмет навчальної дисципліни: теоретико-методичні засади, процеси, методи та інструменти ініціювання, планування, організації, реалізації, моніторингу й оцінювання проєктів, управління їх ресурсами, строками, ризиками та результативністю в діяльності ринкових суб'єктів.

Мета та завдання навчальної дисципліни. Сформувати в здобувачів освіти знання, уміння та практичні навички щодо планування, організації, виконання та презентації проєктів різного типу; розвинути здатність працювати в команді, приймати управлінські рішення, використовувати інструменти проєктного менеджменту та застосовувати їх для розв'язання реальних професійних і прикладних завдань.

Основними завданнями навчальної дисципліни є:

1. Ознайомити студентів з сутністю, видами та життєвим циклом проєкту.
2. Навчити визначати проблему, цілі та очікувані результати проєкту.
3. Сформувати навички розроблення структури проєкту (WBS), планування етапів і ресурсів.

4. Засвоїти методи управління часом, ризиками, якістю та бюджетом проєкту.

5. Навчити використовувати сучасні цифрові інструменти проєктного менеджменту (Trello, Jira, MS Project тощо).

6. Розвинути компетентності командної роботи, комунікації та лідерства в межах проєкту.

7. Сформувати вміння підготовки проєктної документації та презентаційних матеріалів.

8. Навчити здійснювати моніторинг, контроль виконання та оцінювання результатів проєкту.

9. Розвинути здатність аналізувати ефективність проєкту та пропонувати шляхи його вдосконалення.

10. Сприяти формуванню творчого мислення, ініціативності та здатності самостійно реалізовувати власні проєкти.

Вивчення дисципліни забезпечує формування та розвиток таких програмних компетентностей, визначених ОПП «Маркетинг»:

Інтегральна компетентність (ІК):

здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

Міждисциплінарні зв'язки навчальної дисципліни

Пререквізити. Дисципліна «Проєктна діяльність» викладається у другому семестрі першого року навчання, тому передумовами її вивчення є знання, уміння та навички, набуті здобувачами на попередньому освітньому рівні, а також під час опанування дисциплін першого семестру магістратури. Важливою передумовою є розуміння основ маркетингової діяльності, аналітичного обґрунтування рішень, командної взаємодії, постановки цілей і планування діяльності. В межах ОПП дисципліна логічно спирається на «Лідерство та персональний розвиток», «Маркетингову аналітику», «Бренд-менеджмент», «Соціальний маркетинг та корпоративну соціальну відповідальність» і «Рекламний менеджмент», які вивчаються у першому семестрі.

Постреквізити. Знання, уміння та навички, набуті під час вивчення дисципліни «Проєктна діяльність», використовуються при подальшому опануванні дисциплін «Стратегічний маркетинг», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Маркетинговий менеджмент», а також під час проходження виробничої та практичної підготовки. Набуті компетентності застосовуються при розробленні й реалізації маркетингових проєктів, роботі в командах, обґрунтуванні управлінських рішень, а також під час підготовки та публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи.

2. Результати вивчення дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни «Проєктна діяльність» забезпечує досягнення таких програмних результатів навчання (ПРН), визначених ОПП «Маркетинг»:

ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати їх результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

3. Зміст навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1 Основи управління проєктами:

започаткування, планування та контроль

Тема 1. Вступ до проєктної діяльності.

1. Поняття проєкту та його життєвий цикл.
2. Відмінність проєктної діяльності від операційної.
3. Мета, обсяг і обмеження проєкту.
4. Основні учасники проєкту (замовник, керівник, команда).
5. Стандарти проєктного менеджменту (PMBOK, PRINCE2, ISO 21500).

Тема 2. Ініціювання (започаткування) проєкту.

1. Обґрунтування необхідності проєкту (бізнес-кейс).
2. Формування статуту проєкту.
3. Визначення зацікавлених сторін (стейкхолдерів).
4. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища.
5. Затвердження проєкту та призначення керівника.

Тема 3. Планування проєкту.

1. Формування структури робіт (WBS).

2. Планування термінів і ресурсів.
3. Оцінювання вартості проєкту.
4. План управління ризиками.
5. Планування якості, комунікацій та закупівель.

Тема 4. Управління командою проєкту.

1. Формування команди та розподіл ролей.
2. Мотивація учасників проєкту.
3. Управління конфліктами.
4. Лідерство та стилі управління.
5. Командна взаємодія та ефективна комунікація.

Тема 5. Управління часом у проєкті.

1. Розробка сіткового графіка (PERT, CPM).
2. Визначення критичного шляху.
3. Резерви часу та буферизація.
4. Моніторинг виконання робіт за календарем.
5. Коригування графіка при відхиленнях.

Тема 6. Управління вартістю проєкту

1. Методи оцінки вартості (аналогії, параметричний, знизу-вгору).
2. Бюджетування та кошторис.
3. Контроль витрат (EVM - Earned Value Management).
4. Аналіз відхилень за вартістю.
5. Методи оптимізації витрат.

Тема 7. Управління ризиками.

1. Ідентифікація ризиків.
2. Класифікація ризиків (внутрішні, зовнішні, технічні, фінансові).
3. Кількісна та якісна оцінка ризиків.
4. План реагування на ризики.
5. Моніторинг та контроль ризиків протягом проєкту.

МОДУЛЬ 2 Контроль, якість та стратегічна реалізація проєктів

Тема 8. Управління якістю у проєкті.

1. Поняття якості та її критерії.
2. Планування якості.
3. Забезпечення якості в процесі виконання робіт.
4. Контроль якості результатів.
5. Інструменти управління якістю (діаграми Ісікави, контрольні карти, тощо).

Тема 9. Контроль і моніторинг проєкту.

1. Збір та аналіз інформації про виконання.
2. Ключові показники ефективності (KPI).
3. Управління змінами.
4. Проміжна звітність та комунікація з замовником.
5. Прийняття рішень щодо коригування планів.

Тема 10. Завершення проєкту.

1. Оцінка результатів і досягнення цілей.
2. Передача результатів замовнику.
3. Закриття контрактів і фінансова звітність.
4. Аналіз досвіду (вивчені уроки).
5. Формування підсумкового звіту та архіву проєкту.

Тема 11. Розробка інтегрованої маркетингової стратегії для виходу компанії на міжнародний ринок.

1. Аналіз міжнародного ринкового середовища та вибір цільових країн.
2. Сегментація споживачів і визначення цільової аудиторії.
3. Позиціонування бренду та адаптація маркетинг-міксу.
4. Розробка інтегрованих маркетингових комунікацій.
5. Оцінка ризиків і ефективності виходу на міжнародний ринок.

Тема 12. Побудова моделі прогнозування попиту з використанням аналітики Big Data та машинного навчання.

1. Визначення цілей прогнозування та ключових показників.
2. Збір, обробка та аналіз великих масивів даних.
3. Вибір і навчання моделей машинного навчання
4. Оцінка точності прогнозів та їх валідація.
5. Використання прогнозів у процесі прийняття управлінських рішень.

Тема 13. Створення системи управління брендом (Brand Management System) на основі KPI та брендових метрик.

1. Формування цілей бренд-менеджменту.
2. Визначення KPI та ключових брендових метрик.
3. Збір і аналіз даних щодо сприйняття бренду.
4. Управління позиціонуванням та брендовою ідентичністю
5. Оцінка ефективності та коригування бренд-стратегії.

Тема 14. Оцінка економічної ефективності маркетингових інвестицій (ROMI) з використанням сучасних методів аналітики.

1. Визначення підходів до розрахунку ROMI.
2. Аналіз маркетингових витрат і отриманих результатів.
3. Застосування аналітичних та експериментальних методів.
4. Інтерпретація результатів ROMI для управлінських рішень.
5. Оптимізація маркетингового бюджету.

Тема 15. Розробка стратегії цифрової трансформації маркетингу в компанії

1. Оцінка цифрової зрілості маркетингу.
2. Визначення цілей цифрової трансформації.
3. Впровадження цифрових маркетингових інструментів.
4. Використання даних і автоматизації в маркетингу.
5. Оцінка результатів та подальший розвиток цифрової стратегії.

4. Тематичний план навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лекції	**семінари**	пр	л	**с. р.**		**лекції**	**семінари**	пр	л.	**с. р.**
МОДУЛЬ 1. Основи управління проєктами: започаткування, планування та контроль												
Тема 1. Вступ до проєктної діяльності		1						0,5	0,25			
Тема 2. Ініціювання (започаткування) проєкту		1	1					1	0,25			
Тема 3. Планування проєкту		1	1					1	0,5			
Тема 4. Управління командою проєкту		1	1					0,5	0,5			
Тема 5. Управління часом у проєкті		1,5	1					0,5	0,5			
Тема 6. Управління вартістю проєкту		1,5	1					1	0,5			
Тема 7. Управління ризиками		1	1					0,5	0,5			
Разом за модулем 1	38,5	8	6			25	40	5	3			32
МОДУЛЬ 2. Контроль, якість та стратегічна реалізація проєктів												
Тема 8. Управління якістю у проєкті		1	1					1	0,25			
Тема 9. Контроль і моніторинг проєкту		1	1					1	0,25			
Тема 10. Завершення проєкту		1	1					1	0,25			
Тема 11. Розробка інтегрованої маркетингової стратегії для виходу компанії на міжнародний ринок		1	1					1	0,25			
Тема 12. Побудова моделі прогнозування попиту з використанням аналітики Big Data та машинного навчання		1	1					1	0,5			

Тема 13. Створення системи управління брендом (Brand Management System) на основі KPI та брендових метрик		1	1					1	0,5			
Тема 14. Оцінка економічної ефективності маркетингових інвестицій (ROMI) з використанням сучасних методів аналітики		1	1					0,5	0,5			
Тема 15. Розробка стратегії цифрової трансформації маркетингу в компанії		1	1					0,5	0,5			
Разом за модулем 2	51,5	8	8			35	50	7	3			40
Усього годин	**90**	**16**	**14**			**60**	**90**	**12**	**6**			**72**

6. Самостійна робота

Теми для самостійного вивчення здобувачами освіти денної та заочної форми навчання:

1. Розробка мобільного застосунку для вирішення повсякденних задач.
2. Створення веб-сайту або платформи для онлайн співпраці студентів.
3. Проєктування системи «розумного дому» на основі IoT-пристроїв.
4. Розробка бізнес-плану стартапу та його презентація інвесторам.
5. Організація та управління соціальним проєктом (благодійна або екологічна ініціатива).
6. Створення освітнього мультимедійного продукту (курс, відеолекції, інтерактивний тренажер).
7. Розробка інформаційної системи або бази даних для організації/підприємства.

8. Створення прототипу пристрою (hardware) з використанням Arduino або Raspberry Pi.

9. Аналіз та вдосконалення внутрішніх процесів у компанії за допомогою методів проєктного менеджменту.

10. Управління ризиками в проєкті: створення плану, оцінка та стратегія реагування.

11. Розробка маркетингової стратегії для локального бізнесу.

12. Створення SMM-кампанії для просування бренду в соціальних мережах.

13. Аналіз ринку та розробка позиціонування нового продукту.

14. Проведення маркетингового дослідження споживачів (опитування, аналіз поведінки).

15. Розробка брендингу та айдентики для нового товару чи компанії.

16. Створення медіаплану для рекламної кампанії.

17. Аналіз конкурентів та формування конкурентної стратегії.

18. Розробка digital-стратегії для підвищення онлайн-продажів компанії.

19. Створення контент-плану та візуальної концепції для Instagram/TikTok бренду.

20. Оцінка ефективності рекламної кампанії та підготовка рекомендацій щодо її покращення.

21. Проєктування Customer Journey Map та створення омніканальної стратегії взаємодії зі споживачами.

22. Формування стратегії сталого (sustainable) маркетингу для бренду в контексті ESG-трендів.

23. Створення моделі управління репутацією бренду на основі аналізу даних з відкритих джерел (OSINT, social listening).

24. Розробка системи персоналізації маркетингових комунікацій за допомогою маркетингових автоматизацій (Marketing Automation).

25. Побудова комплексної стратегії конкурентної розвідки (Competitive Intelligence) для компанії.

26. Розробка go-to-market стратегії для інноваційного продукту.

27. Проєкт впровадження CRM-системи та оцінка її впливу на маркетингову ефективність.

28. Формування data-driven маркетингової стратегії компанії.

29. Проєкт управління клієнтською лояльністю (Loyalty Program Design).

30. Розробка маркетингової стратегії для B2B-компанії.

31. Побудова системи наскрізної аналітики маркетингових каналів.

32. Проєкт оптимізації маркетингового бюджету на основі ROI-аналізу.

33. Створення стратегії influencer-маркетингу для бренду.

34. Маркетинговий аудит компанії та розробка плану стратегічних змін.

35. Проєкт впровадження AI-інструментів у маркетингові процеси.

36. Розробка стратегії управління клієнтським досвідом (Customer Experience Management).

37. Проєкт антикризового маркетингу для компанії в умовах нестабільного ринку.

38. Побудова системи бренд-метрик та оцінка brand equity.

39. Розробка комунікаційної стратегії для репозиціонування бренду.

40. Проєкт створення маркетингової стратегії для стартапу (early-stage).

41. Оцінка ефективності омніканальної моделі продажів.

42. Розробка маркетингової стратегії для e-commerce-платформи.

43. Проєкт впровадження marketing automation та аналіз його результативності.

44. Побудова системи управління контент-маркетингом на рівні компанії.

45. Стратегія виходу бренду в новий ринковий сегмент.

46. Проєкт дослідження споживчих інсайтів та їх трансформація у маркетингові рішення.

47. Розробка цінової стратегії (pricing strategy) на конкурентному ринку.

48. Проєкт управління маркетинговими ризиками та невизначеністю.

49. Формування ESG-орієнтованої маркетингової стратегії бренду.

50. Розробка стратегії внутрішнього маркетингу та employer branding.

51. Проєкт цифрової репутації компанії та управління онлайн-відгуками.

52. Побудова системи стратегічного маркетингового планування.

53. Розробка маркетингової стратегії для сервісної компанії.

54. Проєкт управління життєвим циклом продукту (PLC Management).

55. Аналіз та оптимізація funnel-моделі продажів.

56. Розробка стратегії комунікації бренду в умовах інформаційного перевантаження.

57. Проєкт впровадження customer analytics для підвищення retention.

58. Формування системи маркетингових KPI для стратегічного управління.

59. Розробка маркетингової стратегії для міжнародних маркетплейсів.

60. Проєкт управління інноваціями в маркетинговій діяльності.

61. Проєкт впровадження системи прогнозування CLV (Customer Lifetime Value) для стратегічного маркетингу.

62. Розробка стратегії управління першоданими (First-Party Data) в умовах відмови від third-party cookies.

63. Проєкт використання нейромаркетингових методів у тестуванні рекламних повідомлень.

64. Формування стратегії growth marketing для масштабування бізнесу.

65. Проєкт управління продуктовим портфелем бренду на основі BCG / GE-моделей.

66. Розробка маркетингової стратегії для бренду в економіці підписок (subscription economy).

67. Проєкт впровадження voice search та conversational marketing.

68. Формування стратегії маркетингу в умовах Web3 та децентралізованих платформ.

69. Проєкт оцінки впливу емоційного брендингу на лояльність споживачів.

70. Розробка системи управління знаннями в маркетингових проєктах компанії.

7. Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Поточний контроль проводиться у формі поточного вибіркового експрес-опитування на лекціях; перевірка готовності завдань та опитування на семінарському занятті, опитування на групових консультаціях, самоконтроль. Формою контролю в межах вивчення дисципліни є підготовка тез до науково-практичної конференції.

Модульний контроль (2) проводиться після вивчення тем відповідного модулю (2). Контроль засвоєння здобувачами освіти матеріалу змістовного модулю - це модульний тест, який виконується за допомогою та в системі для дистанційного навчання Академія on-line MOODLE Академії праці, соціальних відносин і туризму (Home | eLearning). Підсумковим контролем, за результатами вивчення дисципліни «Проєктна діяльність» є іспит. Іспит проводиться у форматі тесту, який виконується за допомогою та в системі для дистанційного навчання Академія on-line MOODLE Академії праці, соціальних відносин і туризму (Home | eLearning).

Загальний розподіл балів, які здобувач вищої освіти може отримати в межах 100-бальної системи оцінювання денної та заочної форми представлено в Таблиці 8.1 та Таблиці 8.2.

Таблиця 8.1. Розподіл балів, які отримують здобувачі освіти денної форми підготовки

Модулі	**Модуль 1 (28 балів)**					**Іспит - 40 балів**	**Загальна оцінка з курсу = 60 балів + 40 балів**
Загальна кількість балівза модулем 1	**14**				**14**		
Теми	**Т1**	-/-	-/-	**Т7**	Модульний тест		
Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на запитання на аудиторному занятті, підготовка тез	1	-/-	-/-	1			
Семінари, самостійна робота, тестування	1	-/-	-/-	1			

Модулі	**Модуль 2 (32 балів)**					
Загальна кількість балів за модулем 2	**16**			**16**		
Теми	**Т8**	-/-	**Т15**	Модульний тест		
Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на запитання на аудиторному занятті, підготовка тез	1	-/-	1			
Семінари, самостійна робота, тестування	1	-/-	1			

Таблиця 8.2. Розподіл балів, які отримують здобувачі освіти на заочній формі підготовки

Модулі	**Модуль 1 (24 балів)**						
Загальна кількість балівза модулем 1	**8**				**16**	**Іспит- 50 балів**	**Загальна оцінка з курсу = 50 балів + 5балів (іспит)**
Теми	**Т1**	-/-	-/-	**Т7**	Модульний тест		
Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на запитання на аудиторному занятті, підготовка тез	1	-/-	-/-	1			
Семінари, самостійна робота, тестування	0,5	-/-	-/-	0,5			
Модулі	**Модуль 2 (26 балів)**						
Загальна кількість балів за модулем 2	**10**				**16**		
Теми	**Т8**	-/-		**Т15**	Модульний тест		
Усне опитування, участь у дискусії, відповіді на запитання на аудиторному занятті, підготовка тез	1	-/-		1			
Семінари, самостійна робота, тестування	0,5	-/-		0,5			

Підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за результатами поточного контролю для (від 0 до 50 або 60 балів) та екзамену (від 0 до 40 або 50 балів). Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в національну шкалу та шкалу за системою ECTS здійснюється в порядку, який представлено в Таблиці 8.3.

Таблиця 8.3. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка національна	Оцінка ECTS	Відсоток студентів, які досягають відповідної оцінки в Європейських університетах	Визначення оцінки ECTS	Результат в балах
Відмінно	A	10	ВІДМІННО - відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90 – 100
Добре	B	25	ДУЖЕ ДОБРЕ - вище середнього рівня з кількома помилками	82 - 89
	C	30	ДОБРЕ - в загальному правильна робота з певною	74 - 81

			кількістю грубих помилок	
Задовільно	D	25	ЗАДОВІЛЬНО - непогано, але зі значною кількістю недоліків	64 - 73
	E	10	ДОСТАТНЬО - виконання задовольняє мінімальні критерії	60 - 63
Незадовільно	FX		НЕЗАДОВІЛЬНО - потрібно працювати перед тим, як отримати позитивну оцінку	35 - 59
	F		НЕЗАДОВІЛЬНО - необхідна серйозна подальша робота	01- 34

9.Політика щодо академічної доброчесності

Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися академічної доброчесності відповідно до Положення про академічну доброчесність в Академії праці, соціальних відносин і туризму.

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає:

– самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання;

– посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

– дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;

– надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

10.Політика щодо відвідування занять

Очікується, що студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. За об’єктивних причин (наприклад, карантинні заходи, хвороба, участь у наукових конференціях, стажуваннях) навчання може відбуватись в он-лайн форматі.

11.Політика щодо дедлайнів та перескладання

Студенти мають дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Для перескладання пропущеного заняття та не виконаного завдання, студент має з'язатисяз викладачем та домовитися про ліквідацію академічної заборгованості в періоди, які передбачені для цього розкладом Академії праці, соціальних відносин і туризму.

12. Методичне забезпечення дисципліни

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Проєктна діяльність» кафедри маркетингу факультету економікиАкадемії праці, соціальних відносин і туризму, 2026.
2. Анотація навчальної дисципліни.
3. Підручники, навчальні посібники, наукові статті вітчизняних та зарубіжних авторів, матеріали конференцій та міжнародних конференцій.
4. Платформа дистанційного/електронного навчання (LMS Moodle).

13. Рекомендована література

Рекомендована література

1. Блага Н. В. Управління проєктами : навч. посіб. - Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. - 152 с.
2. Організація проєктної діяльності: навчальний посібник / Л.В. Шинкарук, В.П. Биховченко, Т.О. Власенко, Ю.Г. Власенко/ - Київ: НУБіП України, 2021. - 341с.
3. Войтенко О. С. Управління проєктами : навч. посіб. - Київ : КНУБА, 2020. - 276 с.
4. Довгань Л. Є., Махонька Г. А., Малик І. П. Управління проектами : навч. посіб. - Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. - 420 с.
5. Маматова Т. В., Молоканова В. М., Чикаренко І. А., Чикаренко О. О. Управління проектами : навч. посіб. - Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2018. - 120 с.

6. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проектами : підручник. - Київ : Центр учбової літератури, 2010. - 432 с.

7. Петрович Й. М., Новаківський І. І. Управління проектами : підручник. - Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. - 396 с.

8. Тарасюк Г. М. Управління проектами : навч. посіб. - Київ : Каравела, 2009. - 320 с.

9. Тян Р. Б., Холод Б. І., Ткаченко В. А. Управління проектами : підручник. - Київ : Центр навчальної літератури, 2004. - 224 с.

10. Филипенко О. М., Колєснік Т. С. Управління проектами : навч. посіб. - Харків : ХДУХТ, 2016. - 161 с.

11. Яковенко О. І. Управління проектами та ризиками : навч. посіб. - Ніжин : Вид-ць Лисенко М. М., 2019. - 196 с.

12. Маркіна І. А. Управління проектами та ризиками : навч. посіб. - Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2019. - 200 с.

13. Проєктний менеджмент у публічному управлінні : підручник / за ред. Ю. П. Шарова. - Київ : НАДУ, 2017. - 344 с.

14. Старченко Г. В. Управління проектами: теорія та практика : навч. посіб. - Чернігів : Вид-ць Брагинець О. В., 2018. - 304 с.

15. Омельченко В. Я., Тарасенко Д. Л., Мацука В. М., Горбашевська М. О., Ткаченко О. Г., Коверза В. С. Управління проєктами : навч. посіб. Київ, 2025. 312 с.

16. Кулішов В. С. Проєктно-технологічна діяльність в освітньому процесі : навч.-метод. посіб. Харків, 2024. 180 с.

17. Управління науковими та інноваційними проєктами : навч. посіб. Київ, 2025. 260 с.

18. Проєктна діяльність у системі інноваційного менеджменту підприємства : колект. монографія. Львів, 2023. 340 с.

19. Яковенко О.І. Управління проєктами та ризиками : Навчальний посібник / О.І. Яковенко. - Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2019. 196 с.

26. Дмитрієв І. А. Управління проєктами / І.А. Дмитрієв, Г. В. Деділова, І. М. Кирчата та ін.: навчальний посібник. - Х.: ХНАДУ, 2013. - 236 с.

27. Кальницький А.Є. Управління проєктами: навч. посіб. / А.Є. Кальницький, М.А.Кальницька. - Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2016. - 220 с.

28. Управління проєктами: теорія та практика: навч. посіб. / Г. В. Старченко. - Чернігів : видавець Брагинець О. В., 2018. - 306 с.

29. Буріменко Ю. І., Галан Л. В., Лебедєва І. Ю. та ін. Управління проєктами: навч. посіб. /за ред. Ю. І. Буріменко. Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2017. 208 с.

30. Бардиш Г. О. Проєктне фінансування [Текст] : підручник / Г. О. Бардиш. - Львів : ЛБІ НБУ, 2018. - 463 с.

31. Управління проєктами в бізнес-об'єднаннях малих і середніх підприємств / О.Андрієнко - Київ: 2017 - 77 с.

32. Азбука управління проєктами. Планування : навч. посіб. / О. В. Єгорченков, Н. Ю. Єгорченкова, Є. Ю. Катаєва. - Київ : КНУ ім. Т.Шевченка, 2017. - 117 с.

33. Васильченко М.І., Гришко В.В. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2018. 208 с.

34. Воронкова В.Г., Беліченко А.Г., Мельник В.В. Етика ділового спілкування. Навчальний посібник для ВНЗ (рекомендовано МОН України): Навчальний посібник 2017 - 312 с.

35. Петрович Й.М., Новаківський І.І. Управління проєктами : підручник Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 396 с.

Статті в друкованих періодичних виданнях

Матеріали конференцій

Статті в електронних періодичних виданнях та в інших електронних ресурсах

1. Бушуєв С. Д. Проактивне управління проєктами забезпечення енергоефективності муніципальної інфраструктури.*існик Національного технічного*

університету «ХПІ». Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проєктами. 2019. №1. С. 3-10.

2. Войтушенко А. А. Поняття креативного потенціалу у сфері управління проєктами. *Управління розвитком складних систем*. 2019. Вип. 37. С. 13-17.

3. Гарас О. М. Управління проєктами з розвитку енергозберігаючих технологій на основі концепції маркетингу у сфері ЖКГ. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 38(1). С. 48-52.

4. Деренська Я. М. Характеристика компонент системи управління проєктами. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 1(1). С. 125-133.

5. Латишева О. В. Використання інструментарію проєктного аналізу та моделювання бізнес-процесів для управління проєктами на підприємствах. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. 2019. Т. 30(69), № 3. С. 185-191.

6. Харченко Т. О. Впровадження інструментів проєктного підходу в систему публічного управління. *Вісник Сумського національного аграрного університету.* Серія: Економіка і менеджмент. 2019. Вип. 1. С. 21 25.

7. Шворнікова Г. М. Управління проєктами у галузі міжнародних залізничних перевезень. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2019. № 2. С. 120-124.

8. Черчата А. О. Проєктний менеджмент на підприємстві: застосування в контексті взаємодії з функціональним та процесним підходами. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*. Серія: Економіка 340 та управління в нафтовій і газовій промисловості. 2019. № 1. С. 172 179.

9. Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. Одеса : ОДАБА, 2023. 245 с.

10. Управління проєктами у розвитку суспільства : тези доп. XX Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 12 трав. 2023 р.). Київ, 2023. 198 с.

11. Підгірна В. С., Зибарева О. В., Чубрей О. С. Проєктна діяльність з впровадження циркулярних бізнес-моделей у процесі сталого розвитку підприємств. *Економіка та суспільство*. 2024. № 67. С. 112-121.

12. Базарна О. В. Циркулярна економіка як маркетингова стратегія в аграрному секторі: проєктний підхід та досвід Німеччини в контексті політик ЄС. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки".* 2026. № 2. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2026-2-11959

13. Базарна О.В., Єранкін О.О. Екологічні інновації як результат поєднання проєктної діяльності та товарної маркетингової стратегії в аграрній сфері України. // *Ефективна економіка. 2026. №1.* ISSN2307-2105. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.1.10

14. Базарна О.В. Проєктна діяльність як інструмент інноваційного розвитку організацій. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Сер. Економічні науки.* 2025. Том 4 номер 112. С. 3-14. https://doi.org/10.31713/ve420251

15. Н.В. Писаренко, І.С.Чорнодід, Ю.О.Ярмоленко, О.В.Буткевич, О.В.Базарна. Інтеграція інструментів проєктного менеджменту та лідерських стратегій у маркетингове управління регіональним економічним розвитком. - *Здобутки економіки: перспективи та інновації,* 2025. URL: https://econp.com.ua/index.php/journal/about DOI https://doi.org/10.5281/zenodo.17959663

16. Громоздова Л.В., Бараник З.П., Чепірко С.І., Базарна О.В., Артеменко А.І., Вінтер М.В. Професійна підготовка кадрів з використанням хмарних сервісів в управлінні закладами вищої освіти. С. 372-387. «*Суспільство та національні інтереси» видавнича група Наукові перспективи*. №4(4) 2024. Київ. С. 372-387. https://doi.org/10.52058/3041-1572-2024-4(4)-372-387

17. Писаренко Н.В., Довгенко Я.О., Базарна О.В. Організаційно-економічні основи страхування сільськогосподарських культур та управління його процесами.

Publishing House "Baltija Publishing", 2021 Publication date 2021/7/30. Lisbon, Portugal, Juni 25-26, 2021. С. 89

18. Бараник З. П., Буткевич О. В., Базарна О. В., Маркіна М. І., Праворский Р. В. РОЛЬ СТАТИСТИЧНОГО АНАЛІЗУ В РОЗРОБЦІ ПРОГНОЗІВ РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ // Scientific research in the modern world. Proceedings of the 4th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Toronto, Canada. 2023. Pp. 533-536. URL: https://sci-conf.com.ua/iv-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-scientific-research-in-the-modern-world-9-11-02-2023-toronto-kanada-arhiv/

19. Базарна О.В. ІНТЕГРАЦІЯ ПРОЄКТНОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННЯ ВИСТАВКОВОЮ ТА РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА РИНКУ ПРАЦІ. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. Том 3 №5 (2026), 150-155. https://doi.org/10.60022/(5)-18S

20. Писаренко, Н. В., Корчинська, О. А., Павельчук, Є. М., Бабічева, О. І., & Базарна, О. В. (2026). Маркетингова аналітика як інструмент data-driven прийняття рішень у бренд-менеджменті та креативних маркетингових проєктах. *Актуальні питання економічних наук*, (23). https://doi.org/10.5281/zenodo.2045673 Маркетингова аналітика як інструмент data-driven прийняття рішень у бренд-менеджменті та креативних маркетингових проєктах | Актуальні питання економічних наук

21. Базарна О. В. МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЗПЕЧЕННЯ ВИСТАВКОВИХ ПРОЄКТІВ У СИСТЕМІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах : матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2026. - 488 с. С. 334-335

Зарубіжні джерела

1. Project Management Institute. Pulse of the Profession® 2024: The Future of Project Work. Newtown Square, PA : PMI, 2024. 40 p.

2. Project Management Institute. Pulse of the Profession® 2025. Newtown Square, PA : PMI, 2025. 42 p.

3. Project Management Institute. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). - 7th ed. - Newtown Square, PA : PMI, 2021. - 370 p.

4. PeopleCert. Managing Successful Projects with PRINCE2® 7. London : TSO, 2023. 432 p.

5. ISO 21512:2024. Project, programme and portfolio management - Earned value management. Geneva : ISO, 2024.

6. Kerzner H. Project Based Problem Solving and Decision Making. Hoboken : Wiley, 2023. 358 p.

7. Larson E. W., Gray C. F., Sirisomboonsuk P. Project Management: A Socio-Technical Approach. New York : McGraw-Hill Education, 2024. 688 p.

8. Bansal V. Project Management: Planning and Scheduling Techniques. London : Routledge, 2024. 312 p.

9. Wingate L. M. Project Management for Research and Development: Guiding Innovation for Positive R&D Outcomes. 2nd ed. London : Routledge, 2025. 260 p.

10. Bauer P. A Comprehensive Project Management Guide: Quality Management, Integrated Six-Sigma and Change Management Compilation. Cham : Springer, 2024. 410 p.

11. Too E. G., Weaver P. The management of project management: A conceptual framework for project governance. International Journal of Project Management. 2024. Vol. 42, No. 1. P. 1–15.

12. Müller R., Lecoeuvre L. Operationalizing governance categories of projects. International Journal of Project Management. 2023. Vol. 41, No. 6. P. 601–615.

13. Heagney J. Fundamentals of Project Management. - 6th ed. - Nashville : HarperCollins Leadership, 2022. - 240 p.

14. Kerzner H. Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling. - 13th ed. - Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, 2022. - 832 p.

15. Nicholas J. M., Steyn H. Project Management for Engineering, Business and Technology. - 6th ed. - London : Routledge, 2020. - 632 p.

16. Larson E. W., Gray C. F. Project Management: The Managerial Process. - 8th ed. - New York : McGraw-Hill Education, 2020. - 688 p.

Перелік органів влади та громадських організацій[1]

1. Верховна Рада України. Офіційний вебсайт Верховної Ради України. URL: https://www.rada.gov.ua

2. Кабінет Міністрів України. Офіційний портал. URL: https://www.kmu.gov.ua

3. Міністерство освіти і науки України. Офіційний сайт. URL: https://mon.gov.ua

4. Міністерство економіки України. Офіційний сайт. URL: https://www.me.gov.ua

5. Державне агентство з питань електронного урядування України. Офіційний ресурс. URL: https://e.gov.ua

6. Торгово-промислова палата України. Офіційний сайт. URL: https://ucci.org.ua

7. Українська асоціація маркетингу. Офіційний вебсайт. URL: https://uam.in.ua

8. Project Management Institute Ukraine Chapter. Офіційний сайт. URL: https://pmiukraine.org

9. Український фонд стартапів. Офіційний сайт. URL: https://usf.com.ua

10. Transparency International Україна. Офіційний вебсайт. URL: https://ti-ukraine.org