АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ» / «PROJECT ACTIVITY»

Розробник	*Базарна О. В., доктор філософії з економіки, доцент кафедри маркетингу*
Кафедра	Маркетингу
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Освітня програма	«Маркетинг»
Освітній рівень	Другий (магістерський)
Категорія дисципліни	Обов’язкова
Обсяг	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Рік і семестр	1-й рік навчання, 2-й семестр
Форма навчання	Денна / заочна
Мова викладання	Українська
Форма підсумкового контролю	Іспит
Основні форми контролю	Поточне вибіркове опитування, перевірка та виконання завдань на семінарах, підготовка тез до науково-практичної конференції, модульний контроль (тестування в LMS Moodle), підсумковий іспит (тестування в LMS Moodle)

Мета навчальної дисципліни

Сформувати у здобувачів вищої освіти систему сучасних теоретичних знань, стратегічного мислення, аналітичних і практичних умінь щодо планування, організації, виконання, контролю та презентації проєктів різного типу; розвинути здатність працювати в команді, приймати обґрунтовані управлінські рішення, використовувати інструменти та методи проєктного менеджменту і застосовувати їх для розв’язання реальних професійних, прикладних та дослідницьких завдань у сфері маркетингу.

Міждисциплінарні зв’язки

Пререквізити: базові знання з маркетингу, менеджменту, економіки підприємства, маркетингових досліджень, набуті на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти, а також освітніх компонентів першого семестру магістратури: «Наукові комунікації іноземною мовою», «Лідерство та персональний розвиток», «Маркетингова аналітика», «Бренд-менеджмент», «Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність», «Рекламний менеджмент».

Кореквізити: дисципліна вивчається паралельно з освітніми компонентами другого семестру: «Методологія наукових досліджень», «Стратегічний маркетинг», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Маркетинговий менеджмент», а також «Виробнича практика».

Постреквізити: знання, уміння та навички використовуються під час вивчення дисципліни «Сталий маркетинг та трансформація ринку», проходження переддипломної практики, а також під час розроблення, виконання та публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи за спеціальністю D5 «Маркетинг».

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

- визначати проблему, цілі, обмеження та очікувані результати проєкту, розробляти його статут і обґрунтовувати бізнес-кейс;
- формувати структуру робіт проєкту (WBS), здійснювати календарне планування, оптимізувати графіки (CPM, PERT) та критичний шлях;
- визначати потребу в ресурсах, проводити оцінку вартості, формувати бюджет проєкту та здійснювати контроль витрат (метод EVM);
- ідентифікувати, оцінювати та управління проєктними ризиками, розробляти плани реагування та моніторингу;
- забезпечувати та контролювати якість виконання проєктних робіт із використанням сучасних інструментів якості;
- ефективно організовувати командну роботу, розподіляти ролі, застосовувати лідерські якості, комунікативні навички та вирішувати конфліктні ситуації в команді;
- використовувати сучасні цифрові та програмні інструменти проєктного менеджменту (Trello, Jira, MS Project тощо) для аналізу, моніторингу та управління проєктами;
- здійснювати систематичний контроль, моніторинг за KPI, управління змінами, підготовку підсумкової звітності та процедури закриття проєкту;
- розробляти, реалізовувати та оцінювати ефективність спеціалізованих маркетингових проєктів (виходу на міжнародні ринки, цифрової трансформації, побудови систем управління брендом, впровадження Big Data та AI тощо).

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна спрямована на засвоєння методології управління проєктами, формування практичних навичок розробки та реалізації проєктних рішень. Навчальний матеріал об’єднано у два змістові модулі:

Змістовий модуль 1. Основи управління проєктами: започаткування, планування та контроль. Поняття проєкту, його життєвий цикл і стандарти

(PMBOK, PRINCE2, ISO 21500). Ініціювання проєктів, бізнес-кейс, статут проєкту та аналіз стейкхолдерів. Структуризація робіт (WBS), планування термінів, оцінка вартості й бюджетування. Управління командою проєкту, лідерство та комунікації. Управління часом (сіткові графіки, PERT/CPM), вартістю (метод EVM) та проєктними ризиками.

Змістовий модуль 2. Контроль, якість та стратегічна реалізація проєктів. Управління якістю та інструменти її контролю. Моніторинг виконання проєкту, оцінка KPI, управління змінами та завершення проєктів. Прикладне застосування проєктного підходу в маркетингу: розробка інтегрованих маркетингових стратегій виходу на міжнародні ринки, моделювання попиту на основі Big Data та машинного навчання, створення систем управління брендом (Brand Management System), оцінка екологічної та економічної ефективності маркетингових інвестицій (ROMI) та проєкти цифрової трансформації маркетингу.

Методи та технології навчання

Проблемні лекції, інтерактивні семінари, кейс-метод (case study), командна робота над проєктними завданнями, ситуаційне моделювання, застосування цифрових інструментів проєктного менеджменту (LMS Moodle, Trello, Jira, MS Project), підготовка тез до науково-практичної конференції та презентація/пітчинг розроблених проєктних рішень.