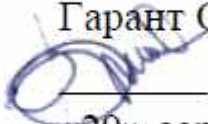


Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування (602)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Гарант ОП
 Василь ЛИБА
«29» серпня 2025 р.

СИЛАБУС ОBOB'ЯЗKОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління проєктами та інноваціями брендингу
(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право»
(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: D5 «Маркетинг»
(код і найменування спеціальності)

Освітні програми: «Маркетинг та брендинг»
(найменування освітньої програми)

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Силабус введено в дію з 01.09.2025

Харків – 2025 р.

Розробник: Скачкова І. А. доцент каф.602, к.т.н., доцент
(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)



(підпис)

Силабус навчальної дисципліни розглянуто на засіданні кафедри
менеджменту та бізнес-адміністрування
(назва кафедри)

Протокол № 1 від «29» серпня 2025 р.

Завідувач кафедри к.е.н., доцент
(науковий ступінь і вчене звання)



(підпис)

Валентина ГАТИЛО
(ім'я та ПРИЗВИЩЕ)

Погоджено з представником здобувачів освіти:
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти



(підпис)

Крістіна ГОРДІЄНКО
(ім'я та ПРИЗВИЩЕ)

1. Загальна інформація про викладача



ПІБ: Скачкова Ірина Анатоліївна

Посада: доцент кафедри 602

Науковий ступінь: канд. техн. наук

Вчене звання: доцент

Перелік дисциплін, які викладає:

Організація виробництва; Планування
авіавиробництва; Адміністративний менеджмент;
Стратегічне управління підприємством та інші.

Напрями наукових досліджень:

менеджмент, управління проектами,
економіко-математичне моделювання.

Контактна інформація: i.skachkova@khai.edu

2. Опис навчальної дисципліни

Форма здобуття освіти	Денна, заочна
Семестр	1
Мова викладання	Українська
Тип дисципліни	Обов'язкова
Обсяг дисципліни: кредити ЄКТС/ кількість годин	<u>денна</u> : 4 кредити ЄКТС / 120 годин (48 аудиторних, з яких: лекції – 24, практичні – 24; СРЗ – 72); <u>заочна</u> : 4 кредити ЄКТС / 120 годин (6 аудиторних, з яких: лекції – 2, практичні – 4; СРЗ – 114)
Види навчальної діяльності	Лекції, практичні (семінарські) та/або лабораторні заняття, самостійна робота
Види контролю	Поточний контроль, модульний контроль, семестровий контроль – іспит
Пререквізити	Дисципліна є узагальнюючою. Вивченню дисципліни передують наявність знань із загальноматематичного профілю.
Кореквізити	Освітні компоненти, які забезпечують освітній процес паралельно із даним компонентом.
Постреквізити	Кваліфікаційна робота магістра, Переддипломна практика

3. Мета та завдання навчальної дисципліни, переліки компетентностей та очікуваних результатів навчання

Мета – формування у здобувачів вищої освіти знань, умінь і навичок управління проектами та інноваціями у сфері брендингу для забезпечення конкурентоспроможності організації.

Завдання – вивчення методів і процесів управління проектами та інноваційними рішеннями у брендингу, опанування інструментів розробки й реалізації бренд-стратегій, набуття практичних навичок застосування інновацій у брендингу.

Компетентності, які набуваються:

Інтегральна компетентність:

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)

Після закінчення цієї програми здобувач освіти буде здатен:

- ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними

Спеціальні компетентності.

Після закінчення цієї програми здобувач освіти буде здатен:

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

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.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

СК10. Здатність розробляти та просувати бренд з використанням сучасних маркетингових комунікацій задля формування привабливості та позитивного іміджу продукту, зокрема й високотехнологічних галузей.

СК11. Здатність до застосування принципів, підходів та інструментарію управління маркетинговими технологіями та брендами з урахуванням тенденцій розвитку цифрового середовища.

Програмні результати навчання:

ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

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.

ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

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

ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

ПРН15. Обирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН16. Впроваджувати маркетингові підходи та методи в діяльність ринкового суб'єкта, розробляти та просувати бренд з використанням сучасних маркетингових комунікацій задля формування привабливості та позитивного іміджу продукту, зокрема й високотехнологічних галузей.

ПРН17. Застосовувати сучасні підходи, методи та інструментарій управління маркетинговими комунікаціями та брендингом ринкового суб'єкта в цифровому середовищі.

4. Зміст навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1

Змістовний модуль 1. Теоретико-методологічні основи управління проєктами та інноваціями брендингу

Тема 1. Поняття і основні характеристики проєкту та іноваційної діяльності.

Форма занять: лекція, практичне заняття, самостійна робота.

Тема лекційного заняття 1. Поняття і основні характеристики проєкту та інноваційних ініціатив у брендингу

Тема лекційного заняття 2. Стадії та життєвий цикл проєкту в бізнесі

Тема практичного заняття: Опис продукту проєкту в бізнесі.

Стисла анотація: Поняття проєкту. Характерні ознаки проєкту. Поняття проєктного менеджменту. Галузі знань проєктного менеджменту. Поняття програми. Управління портфелем проєктів в бізнесі. Стадії та життєвий цикл проєкту. Класифікація проєктів. Особливості інноваційної діяльності у брендингу: впровадження нових продуктів, креативних рішень, оцінка їхньої ефективності та впливу на розвиток бренду.

Теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача.

Тема 2. Процес розробки та управління розкладом та бюджетом бізнес-проєкту та інноваційними ініціативами у брендингу.

Форма занять: лекція, практичне заняття, самостійна робота.

Тема лекційного заняття 3. Процес розробки та управління розкладом бізнес-проєкту та інноваційними ініціативами у брендингу.

Тема лекційного заняття 4. Процес розробки та управління бюджетом бізнес-проєкту й інноваційними рішеннями брендингу.

Тема практичного заняття: Планування проєкту в MS Project.

Стисла анотація: Визначення змісту проєкту. Структура декомпозиції робіт. Прийоми оцінювання тривалості та вартості робіт. Календарно-мережне планування. Методи та прийоми оптимізації розкладу. Планування ресурсів проєкту. Розробка бюджету бізнес-проєкту. Отримання базового плану виконання проєкту. Особливості планування розкладу та бюджету у гнучкому середовищі. Процес та практики актуалізації розкладу та бюджету проєкту. Методи та прийоми прогнозування проєкту. Аналіз освоєного обсягу. Моделювання PERT та Монте-Карло. Прийоми повернення проєкту до розкладу та бюджету. Особливості планування розкладу та бюджету в інноваційних брендових проєктах: визначення витрат на розробку нових продуктів і комунікаційних стратегій, оцінка ефективності інновацій, прогнозування їхнього впливу на вартість і строки реалізації бренду.

Теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача.

Тема 3. Управління ресурсами бізнес-проєктів та інновацій у брендингу

Форма занять: лекція, практичне заняття, самостійна робота.

Тема лекційного заняття 5. Процеси планування та контролю ресурсів у бізнес-проектах і брендових інноваціях

Тема практичного заняття: Планування ресурсів в MS Project.

Стисла анотація: Процес планування управління ресурсами проекту. Вимоги до плану управління ресурсами. Методи та прийоми процесів визначення та придбання ресурсів проекту. Процеси управління ресурсами команди проекту. Методи та прийоми розвитку команди та управління командою. Процес контролю ресурсів проекту. Особливості управління ресурсами при реалізації інновацій у брендингу: залучення креативних та маркетингових ресурсів, інтеграція цифрових інструментів, оптимізація використання фінансових та людських ресурсів у впровадженні інноваційних рішень бренду.

Теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача.

Модульний контроль 1

Змістовний модуль №2. Практичні аспекти реалізації проєктів та інновацій брендингу

Тема 4. Процеси закупівлі бізнес-проектів.

Форма занять: лекція, практичне заняття, самостійна робота.

Тема лекційного заняття 6. Процеси закупівлі проекту

Тема практичного заняття: Планування вартості проекту.

Стисла анотація: Призначення процесів закупівлі у проєкті. Вимоги до плану управління закупівлями проекту та процес планування закупівель. Типові критерії прийняття рішень «виробляти чи закупити». Типи контрактів та їх вплив на розподіл ризиків.

Теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача.

Тема 5. Процеси управління комунікаціями проекту та брендових інновацій.

Форма занять: лекція, практичне заняття, самостійна робота.

Тема лекційного заняття 7. Комунікації в бізнес-проектах та інноваціях брендингу

Тема практичного заняття: Організаційне планування проекту.

Стисла анотація: Значення комунікацій та вимоги до комунікацій у проєкті. Поняття ефективних комунікацій. Обов'язкові, маркетингові та робочі комунікації проекту. Методи та прийоми аналізу комунікаційних потреб проекту. Процес розробки Плану управління комунікаціями проекту. Методи та прийоми процесу моніторингу комунікацій проекту. Особливості побудови комунікацій у брендових інноваційних проєктах: роль брендових меседжів, використання цифрових каналів, взаємодія з цільовими аудиторіями.

Теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача.

Тема 6. Управління ризиками бізнес-проектів та брендових інновацій

Форма занять: лекція, практичне заняття, самостійна робота.

Тема лекційного заняття 8. Управління ризиками у бізнесі та впровадженні інновацій у брендингу

Тема лекційного заняття 9. Оцінка ефективності управління проєктом та вплив інноваційних рішень на ризики.

Тема практичного заняття: Розроблення плану управління ризиками проекту.

Стисла анотація: Інтегральне управління ризиками. Обов'язки учасників організаційного управління проєктами щодо управління ризиками. Процес планування управління ризиками. Параметри ризику, що мають визначатися у проєкті. Методи та прийоми процесів ідентифікації ризиків, якісного та кількісного аналізу ризиків. Процес планування реагування на ризики, стратегії реагування на загрози та на можливості. Процес моніторингу ризиків, прийоми комунікації стану ризиків зацікавленим сторонам проекту. Особливості управління ризиками при впровадженні інновацій у брендингу: ризики

ринкової невизначеності, сприйняття споживачами нових продуктів, інноваційних технологій і каналів комунікації.

Теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача.

Тема 7. Процеси закриття проєкту або фази.

Форма занять: лекція, практичне заняття, самостійна робота.

Тема лекційного заняття 10. Планування закриття проєкту та закриття контракту

Тема практичного заняття: Підготовка презентації проєкту інвесторам.

Стисла анотація: Призначення процесів закриття проєкту або фази. Типовий зміст заходу з розгляду «воріт фази». Планування закриття проєкту та закриття контракту.

Теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача.

Тема 8. Інформаційні технології в управлінні проектами.

Форма занять: лекція, практичне заняття, самостійна робота.

Тема лекційного заняття 11. Інформаційні технології в управлінні проектами

Тема лекційного заняття 12. Командна робота в ІТ-середовищі

Тема практичного заняття: Використання хмарних технологій у проектному менеджменті.

Стисла анотація: Рівні автоматизації управління проектами. Інформаційна система та її структура. Інформаційне забезпечення. Склад інформаційної системи. Проектне інформаційне середовище. Єдиний інформаційний простір. Проектний портал. Впровадження системи управління проектами.

Теми, види робіт, що належать до самостійної роботи здобувача: Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача

Модульний контроль 2

5. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання РР на тему: «Власний перспективний бізнес-проєкт».

6. Методи навчання

Словесні, наочні, практичні.

7. Методи контролю

Поточний контроль (теоретичне опитування й розв'язання практичних завдань), модульний контроль (тестування за розділами курсу) та підсумковий (семестровий) контроль (іспит).

8. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують здобувачі освіти

Таблиця 8.1 – Розподіл балів, які отримують здобувачі освіти

Складові навчальної роботи	Бали за одне заняття (завдання)	Кількість занять (завдань)	Сумарна кількість балів
Змістовний модуль 1			
Виконання і захист практичних робіт	0...20	4	0...20
Модульний контроль	0...25	1	0...25
Змістовний модуль 2			
Виконання і захист лабораторних/практичних робіт	0...20	4	0...20
Модульний контроль	0...25	1	0...25
Виконання і захист РГР (РР, РК)	0...10	1	0...10
Усього за семестр			0...100

Семестровий контроль (іспит) проводиться у разі відмови здобувача освіти від балів підсумкового контролю й за наявності допуску до іспиту. Під час складання семестрового іспиту здобувач освіти має можливість отримати максимум 100 балів.

Білет для іспиту складається з двох теоретичних (25 балів за кожне питання, всього 50 балів) та 1 практичного завдання (50 балів за питання).

Таблиця 8.2 – Шкали оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів	Оцінка за традиційною шкалою	
	Іспит, диференційний залік	Залік
90 – 100	Відмінно	Зараховано
75 – 89	Добре	
60 – 74	Задовільно	
0 – 59	Незадовільно	Не зараховано

Критерії оцінювання роботи здобувача освіти протягом семестру

Задовільно (60-74) – мати знання і уміння для забезпечення програмних результатів навчання. Виконати та здати розрахунково-графічну роботу. Написати дві модульні роботи. Володіти основними поняттями та категоріями проєктного менеджменту та інноваційного брендингу. Вміти назвати етапи життєвого циклу проєкту. Демонструвати часткове розуміння методології управління проєктами. Вміти працювати з програмними засобами управління проєктами на елементарному рівні. Вміти презентувати результати проєкту включно з коротким описом інноваційних рішень бренду.

Добре (75-89) – мати знання, уміння й навички для забезпечення програмних результатів навчання. Виконати та здати розрахунково-графічну роботу. Написати дві модульні роботи. Додатково до вимог, які визначено для отримання задовільної оцінки: вміти пояснити та порівняти ключові методології управління проєктами, включно з інноваційними ініціативами у брендингу, виконувати завдання з побудови WBS, календарних планів, розрахунку ресурсів та бюджету з незначними помилками, впевнено користується програмними засобами (MS Project.) для моделювання бізнес-проєктів, вміти презентувати результати роботи з використанням візуалізацій

Відмінно (90-100) – мати знання, уміння й навички, що дадуть змогу самостійно, вільно та обґрунтовано відповідати на будь-які питання щодо управління проєктами та програмами в бізнесі. Виконати та здати розрахунково-графічну роботу. Написати дві модульні роботи. Ґрунтовно знати ключові поняття, методи та підходи управління проєктами й програмами в бізнесі. Виконувати завдання (WBS, календарні плани, ресурсні та фінансові розрахунки) без суттєвих помилок. Здійснювати комплексний аналіз ризиків, розробляти обґрунтовані стратегії реагування, у тому числі пов'язані з інноваційними рішеннями бренду. Вміти прогнозувати результати реалізації проєкту на основі кількох методів (PERT, аналіз освоєного обсягу, Монте-Карло). Упевнено використовувати сучасні програмні засоби управління проєктами в бізнесі. Вміти презентувати результати проєкту, демонструючи комплексне впровадження інновацій у бренді.

9. Політика навчального курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків. Інтерактивний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Здобувачі освіти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, повинні протягом тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені заняття мають бути відпрацьовані на найближчій консультації протягом тижня після їх пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове

відпрацювання пропущених занять шляхом виконання індивідуального письмового завдання.

Дотримання вимог академічної доброчесності здобувачами освіти під час вивчення навчальної дисципліни. Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі освіти мають дотримуватися загальноприйнятих морально-етичних норм і правил поведінки, вимог академічної доброчесності, передбачених Положенням про академічну доброчесність Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/assets/files/polozhennya/polozhennya-pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf>). Очікується, що роботи здобувачів освіти будуть їх оригінальними дослідженнями або міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикавання джерел, списування, втручання в роботу інших здобувачів освіти становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Вирішення конфліктів. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, а також правила етичної поведінки регламентуються Кодексом етичної поведінки в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/ustanovchi-dokumenti/kodeks-etichnoi-povedinki/>).

10. Методичне забезпечення

1. Сторінка дисципліни в Mentor знаходиться за посиланням: <https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=9917>

11. Рекомендована література

Базова

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge Seventh Edition and the Standard for Project Management; Project Management Institute: Newton Square, PA, USA, 2021.
2. Управління проєктами: процеси планування проєктних дій: підручник / Чумаченко І.В., Морозов В.В., Доценко Н.В., Чередніченко А.М. // К.: Університет економіки та права «КРОК», 2014. - 673 с.
3. Андрієнко О. Управління проєктами в бізнес-об'єднаннях малих і середніх підприємств: посібник Київ: 2017. 77 с.
4. Ковшун Н. Е., Левун О. І. К56 Аналіз та реалізація проєктів : навч. посіб. – Рівне: НУВГП, 2022. – 350 с.
5. Моделювання та реінжиніринг бізнес-процесів: підручн. С.В. Козир, В.В. Слесарев, С.А. Ус, Т.В. Хом'як; М-во освіти і науки України; Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро: НТУ «ДП», 2022. – 163 с.
6. Копитко М. І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 292 с.

Допоміжна

7. Основи управління ІТ-проєктами: навч. посіб.: В.О. Кузьмініх, Р.А. Тараненко. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 75 с.
8. Ковшун Н. Е., Левун О. І. К56 Аналіз та реалізація проєктів : навч. посіб. – Рівне : НУВГП, 2022. – 350 с.
9. Блага Н. В. Управління проєктами : навч. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 152 с.

10. Управління змінами та проєктами : навч. посіб. / Грибик І. І. та ін.; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів : Центр Європи, 2017. 168 с.

11. Проєктний менеджмент: регіональний зріз. Бутко М. П.; Мурашко М. І.; Олійченко І. М.; Оліфіренко Л. Д. Київ: Центр учбов. л-ри. 2016. 415 с.

12. Інформаційні ресурси

1. <http://tenstep.com.ua/> - Сайт та блог з управління проєктами, програмами та портфелями від ТОВ «Тенстеп Україна».

2. <https://worksection.com/blog.html> - Блог з управління проєктами від розробників програмного засобу Worksection.

3. <https://www.wrike.com/ru/blog/category/upravlenie-proektami-ru/> - Блог з управління проєктами від розробників програмного засобу Wrike