

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова
Навчально-науковий гуманітарний інститут
Кафедра журналістики, реклами і PR-технологій

Код РПНД



ЗАТВЕРДЖЕНО

з науково-педагогічної

Слободян С. О.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Program of the Discipline

УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ В МЕДІА
Project Management in Media

рівень вищої освіти _____ другий (магістерський) _____

тип дисципліни _____ обов'язкова _____

мова викладання _____ українська _____

Миколаїв – 2025 р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління проектами в медіа» є однією із складових комплексної підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 06 Журналістика за спеціальністю 061 «Журналістика» освітня програма «Журналістика та медіакомунікації».

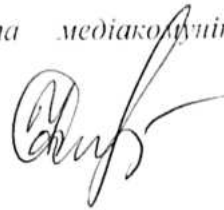
«7» травня 2025 року. 17 с.

Розробники: *Спанатій О. С., доц. без вч. зв. кафедри журналістики, реклами і PR-технологій*

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Управління проектами в медіа» узгоджено з гарантом освітньої програми

Гарант освітньої програми «Журналістика та медіакомунікації» спеціальності Журналістика

Доктор філологічних наук,
професор



Оксана ФІЛАТОВА

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Управління проектами в медіа» розглянуто на засіданні *кафедри журналістики, реклами і PR-технологій*

Протокол №10 від «27» травня 2025 р.

Завідувач кафедри



Оксана ФІЛАТОВА

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Управління проектами в медіа» розглянуто Науково-методичною комісією *Навчально-наукового гуманітарного інституту*

Протокол №11 від «13» червня 2025 р.

Голова



Олег БОБІНА

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Управління проектами в медіа» погоджено з навчальним відділом

Начальник відділу



Андрій ЛАБАРТКАВА

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління проектами в медіа» затверджено Навчально-методичною радою НУК

Протокол № 6 від «25» червня 2025 р.

Голова НМР НУК



Сергій СЛОБОДЯН

© НУК, 2025

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1. Опис навчальної дисципліни	5
2. Мета вивчення навчальної дисципліни	5
3. Передумови для вивчення дисципліни	6
4. Очікувані результати навчання	6
5. Програма навчальної дисципліни.....	6
6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрування	11
7. Форми поточного та підсумкового контролю.....	11
8. Критерії оцінювання результатів навчання.....	14
9. Рекомендовані джерела інформації.....	16

ВСТУП

Анотація

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування у студентів комплексного розуміння принципів, методів та інструментів організації й реалізації проєктної діяльності у сфері медіа.

Основними завданнями дисципліни є: оволодіння знаннями з методології управління проєктами; вивчення специфіки життєвого циклу медіапроєкту; набуття навичок планування ресурсів, управління командою та взаємодії зі стейкхолдерами; опанування сучасних інструментів управління ризиками, бюджетом і термінами. У процесі навчання студенти отримають досвід створення проєктних планів, розробки медіаконтенту в межах конкретних завдань, застосування цифрових платформ для управління командною роботою.

Курс спрямований на підготовку студентів до практичної діяльності у сфері медіаменеджменту, управління контентними та комунікаційними проєктами, а також до участі в реалізації інноваційних ініціатив у медіаіндустрії.

Ключові слова: управління проєктами, медіапроєкт, планування, командна робота, медіаменеджмент, цифрові інструменти.

Abstract

The aim of the course is to provide students with a comprehensive understanding of the principles, methods and tools for organising and implementing project activities in the media sphere.

The main objectives of the discipline are: to acquire knowledge of project management methodology; to study the specifics of the media project life cycle; to acquire skills in resource planning, team management and stakeholder engagement; to master modern tools for managing risks, budgets and deadlines. During the course, students will gain experience in creating project plans, developing media content within specific tasks, and using digital platforms to manage teamwork.

The course aims to prepare students for practical work in media management, content and communication project management, and participation in innovative initiatives in the media industry.

Keywords: project management, media project, planning, teamwork, media management, digital tools.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 06 Журналістика	Обов’язкова	
Модулів – 1		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 3		1-й	1-й
Електронний адрес РПНД на сайті Університету	Спеціальність Журналістика Освітня програма «Журналістика та медіакомунікації»	Семестр	
Індивідуальне науково-дослідне завдання – курсова робота		2-й	2-й
Загальна кількість годин – 180		Лекцій	
		15 год.	8 год.
		Семінарські	
		30 год.	16 год.
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3; самостійної роботи студента – 9;	Освітній рівень: другий (магістерський)	Самостійна робота	
		45 год.	66 год.
		Індивідуальні завдання: 90 год.	
		Вид контролю: залік, курсова робота	
		Форма контролю: комбінована	

2. МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Управління проєктами в медіа» є формування у студентів комплексного розуміння принципів, методів та інструментів організації й реалізації проєктної діяльності у сфері медіа. Курс орієнтований на засвоєння базових підходів до планування, координації, контролю та оцінювання ефективності медіапроєктів з урахуванням сучасних тенденцій розвитку індустрії.

Основними завданнями дисципліни є: оволодіння знаннями з методології управління проєктами; вивчення специфіки життєвого циклу медіапроєкту; набуття навичок планування ресурсів, управління командою та взаємодії зі стейкхолдерами; опанування сучасних інструментів управління ризиками, бюджетом і термінами. У процесі навчання студенти отримають досвід створення проєктних планів, розробки медіаконтенту в межах конкретних завдань, застосування цифрових платформ для управління командною роботою.

Особлива увага приділяється розвитку організаційних та комунікаційних компетентностей, здатності аналізувати проблемні ситуації та ухвалювати управлінські рішення у швидкозмінному медіасередовищі.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Управління проєктами в медіа» є формування у студентів відповідно до освітньої програми таких компетентностей:

ЗК06. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК07. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

ЗК08. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

ФК03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.

ФК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

ФК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами для вивчення дисципліни є: оволодіння студентами базовими знаннями з предметів, що викладаються; актуалізація знань студентів з дисциплін «Професійна та корпоративна етика», «Конвергентна журналістика», «Дослідження медіаринку: стратегії і тактики просування».

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів таких результатів навчання:

ПРН06. Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.

ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.

ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.

ПРН12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Теоретичні та методологічні основи управління проєктами в медіа

Тема 1. Сутність і особливості управління проєктами в медіа

Поняття управління проєктами як системи організації діяльності. Специфіка застосування у сфері медіа, пов'язана з креативністю, динамічними ринковими умовами та залежністю від технологічних інновацій. Взаємозв'язок між стратегічними цілями медіакомпаній і тактичними рішеннями у проєктному менеджменті.

Література: [1, с. 30-67]; [5, с. 80-90].

Тема 2. Теоретичні моделі та підходи до управління медіапроєктами

Огляд основних підходів до управління проєктами: класичний (waterfall), гнучкий (agile), змішаний. Адаптація цих моделей до медіасфери. Порівняльний аналіз їхніх сильних і слабких сторін у контексті виробництва контенту та реалізації комунікаційних стратегій.

Література: [1, с. 70-99]; [13, с. 90-130].

Тема 3. Структура медіапроєкту та його життєвий цикл

Етапи розвитку медіапроєкту: ініціація, планування, реалізація, моніторинг і завершення. Особливості формування завдань, часових рамок і ресурсного забезпечення. Специфіка трансформації життєвого циклу в умовах цифрових медіа та інтерактивних платформ.

Література: [5, с. 145-210]; [13, с. 110-170].

Тема 4. Суб'єкти управління проєктами в медіа

Ключові учасники проєкту: керівник, команда, стейкхолдери. Особливості їхньої взаємодії та ролі у забезпеченні результативності. Специфіка роботи з творчими колективами, де поєднуються редакційні, маркетингові й технічні функції.

Література: [1, с. 160-220]; [5, с. 34-178].

Тема 5. Інструменти та технології управління медіапроєктами

Сучасні засоби планування та контролю: програмне забезпечення, онлайн-платформи, методики колективної роботи. Інструменти моніторингу ефективності, управління бюджетами, організації робочих процесів. Актуальні тенденції автоматизації та цифровізації.

Література: [5, с. 170-240]; [13, с. 84-150].

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти планування та реалізації медіапроєктів

Тема 6. Формування концепції медіапроєкту

Визначення мети, завдань і цільової аудиторії. Розробка унікальної ідеї, що відповідає потребам ринку та соціальним запитам. Баланс між творчим задумом і комерційними інтересами.

Література: [5, с. 180-220]; [13, с. 100-145].

Тема 7. Планування ресурсів і фінансування проєктів

Аналіз необхідних ресурсів: людських, фінансових, технічних. Особливості бюджетування в медіа, пошук інвестиційних можливостей та партнерів. Визначення пріоритетів і управління ризиками, пов'язаними з фінансуванням.

Література: [5, с. 20-80]; [21, с. 80-90].

Тема 8. Організація роботи команди в медіапроєктах

Формування команди, розподіл функцій і ролей. Особливості взаємодії журналістів, редакторів, дизайнерів, маркетологів та технічних спеціалістів. Комунікаційні стратегії та методи мотивації учасників.

Література: [9, с. 10-56]; [10, с. 10-70].

Тема 9. Управління часом у медіапроєктах

Методики планування часу, складання графіків і контроль за їх дотриманням. Проблема дедлайнів у медіа та способи їх подолання. Інструменти оптимізації робочого процесу в умовах багатозадачності.

Література: [9, с. 67-88]; [10, с. 80-90].

Тема 10. Якість і ризики в управлінні медіапроєктами

Критерії оцінки якості реалізації проєктів: відповідність цілям, аудиторним очікуванням і професійним стандартам. Види ризиків — фінансові, організаційні, технологічні, репутаційні. Методи їх ідентифікації та мінімізації.

Література: [9, с. 150-180]; [10, с. 110-150].

Змістовий модуль 3. Стратегії розвитку та інновації у сфері медіапроєктів

Тема 11. Медіапроєкти в умовах цифрової трансформації

Вплив цифровізації на створення і реалізацію проєктів. Нові формати контенту, інтерактивні платформи, мультимедійність. Особливості управління проєктами в соціальних мережах і онлайн-медіа.

Література: [9, с. 56-120]; [10, с. 67-99].

Тема 12. Інноваційні технології в управлінні медіапроєктами

Використання штучного інтелекту, big data, автоматизованих аналітичних систем. Вплив технологій на оптимізацію робочих процесів і прийняття управлінських рішень.

Література: [9, с. 120-180]; [10, с. 100-156].

Тема 13. Стратегії просування медіапроєктів

Інструменти маркетингових комунікацій, побудова бренду, робота з аудиторією. Вибір каналів і тактик просування. Поєднання традиційних та інноваційних підходів у конкурентному середовищі.

Література: [9, с. 120-160]; [10, с. 95-139].

Тема 14. Моніторинг та оцінювання результатів медіапроєктів

Методи аналізу ефективності: кількісні та якісні показники. Використання аналітичних платформ, опитувань, фокус-груп. Розробка звітності й рекомендацій для подальшого вдосконалення.

Література: [10, с. 140-167]; [18, с. 80-90].

Тема 15. Перспективи розвитку медіапроєктів у глобальному контексті

Тенденції світового медіаринку: глобалізація, конвергенція, діджиталізація. Виклики та можливості для локальних і міжнародних проєктів. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності.

Література: [9, с. 10-56]; [10, с. 10-70].

Тематичний план навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	с	с.р.		л	с	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1. Теоретичні та методологічні основи управління проєктами в медіа								
Тема 1. Сутність і особливості управління проєктами в медіа	6	1	2	3	6	–	2	4
Тема 2. Теоретичні моделі та підходи до управління медіапроєктами	6	1	2	3	6	1	–	5
Тема 3. Структура медіапроєкту та його життєвий цикл	6	1	2	3	6	–	2	4
Тема 4. Суб'єкти управління проєктами в медіа	6	1	2	3	6	1	–	5
Тема 5. Інструменти та технології управління медіапроєктами	6	1	2	3	6	–	–	6
<i>Разом за змістовим модулем 1</i>	30	5	10	15	60	4	4	24

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти планування та реалізації медіапроектів								
Тема 6. Формування концепції медіапроекту	6	1	2	3	6	1	–	5
Тема 7. Планування ресурсів і фінансування проєктів	6	1	2	3	6	1	–	5
Тема 8. Організація роботи команди в медіапроектах	6	1	2	3	6	–	2	4
Тема 9. Управління часом у медіапроектах	6	1	2	3	6	–	2	4
Тема 10. Якість і ризики в управлінні медіапроектами	6	1	2	3	6	1	2	3
<i>Разом за змістовим модулем 2</i>	30	5	10	15	60	3	6	21
Змістовий модуль 3. Стратегії розвитку та інновації у сфері медіапроектів								
Тема 11. Медіапроекти в умовах цифрової трансформації	6	1	2	3	6	–	2	4
Тема 12. Інноваційні технології в управлінні медіапроектами	6	1	2	3	6	1	–	5
Тема 13. Стратегії просування медіапроектів	6	1	2	3	6	–	2	4
Тема 14. Моніторинг та оцінювання результатів медіапроектів	6	1	2	3	6	1	–	5
Тема 15. Перспективи розвитку медіапроектів у глобальному контексті	6	1	2	3	6	1	2	3
<i>Разом за змістовим модулем 3</i>	30	5	10	15	60	3	6	21
Модуль 2								
ІНДЗ (КР)	90			90	90			90
<i>Разом за курсом</i>	180	15	30	135	180	8	16	156

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Сутність і особливості управління проєктами в медіа	2	2
2	Теоретичні моделі та підходи до управління медіапроектами	2	–
3	Структура медіапроекту та його життєвий цикл	2	2
4	Суб'єкти управління проєктами в медіа	2	–
5	Інструменти та технології управління медіапроектами	2	–
6	Формування концепції медіапроекту	2	–
7	Планування ресурсів і фінансування проєктів	2	–
8	Організація роботи команди в медіапроектах	2	2
9	Управління часом у медіапроектах	2	2
10	Якість і ризики в управлінні медіапроектами	2	2

11	Медіапроекти в умовах цифрової трансформації	2	2
12	Інноваційні технології в управлінні медіапроектами	2	–
13	Стратегії просування медіапроектів	2	2
14	Моніторинг та оцінювання результатів медіапроектів	2	–
15	Перспективи розвитку медіапроектів у глобальному контексті	2	2
Разом		30	16

Самостійна робота

Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної форми навчання:

- підготовка до практичних занять – **2-4 год./1 заняття**;
- виконання практичних завдань протягом семестру – **2-4 год./1 заняття**;
- написання есе, власних текстів, аналітичний огляд – **мінімум 5 годин на 1 роботу**;
- підготовка до контрольних заходів – **5 год. на 1 захід**.

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка до практичних занять	10	20
2	Виконання практичних завдань	10	20
3	Написання есе, власних текстів, аналітичний огляд	10	20
4	Підготовка до контрольної роботи	5	6
5	Виконання ІНДЗ (КР)	90	90
Разом		135	156

Індивідуальне науково-дослідне завдання

Індивідуальне завдання передбачає написання курсової роботи за орієнтовною тематикою:

1. Проектний підхід до створення журналістських розслідувань про війнні злочини
2. Медіапроекти як інструмент документування воєнних злочинів: виклики та перспективи
3. Фактчекінг і верифікація даних у медіапроектах, що висвітлюють воєнні злочини
4. Створення мультимедійних архівів воєнних злочинів: управлінські та етичні аспекти
5. Краудсорсинг у журналістських проектах з документування воєнних злочинів
6. Соціальні мережі як канал фіксації воєнних злочинів: можливості та ризики
7. Розробка та запуск діджитал-медіапроекту для регіонального медіа: етапи, ресурси, ризики
8. Створення мультимедійної онлайн-платформи для регіонального медіа: стратегія та інструменти

9. Подкаст як медіапроект для регіонального медіа: концепція, створення, просування
10. Створення незалежного онлайн-медіа для локальної громади: управлінська та маркетингова модель
11. Розробка та запуск політичного Telegram-каналу: стратегія, контент, залучення аудиторії
12. Алгоритм запуску політичної PR-кампанії у соціальних мережах: стратегія та інструменти
13. Telegram-канали як інструмент політичної мобілізації: кейси та аналіз ефективності
14. Управління кризовими комунікаціями в політичному PR через соціальні мережі
15. Вплив Telegram-каналів на формування політичного порядку денного: український досвід
16. Telegram-стратегії для політичних лідерів: як вести ефективний персональний канал

6. МЕТОДИ НАВЧАННЯ, ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА МЕТОДИ ЇХ ДЕМОНСТРУВАННЯ

Методи навчання:

- пояснювально-ілюстративний метод;
- проблемного викладу;
- частково-пошуковий.

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання виступають:

- усні відповіді;
- практичні завдання;
- контрольна робота;
- залік;
- захист курсової роботи.

7. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Досягнення студента оцінюються за 100-бальною системою Університету.

Підсумкова оцінка навчального курсу включає в себе оцінки з поточного контролю і оцінки заключної залікової письмової роботи. У кожного компонента своя частка в загальній системі оцінок. Під компонентом проміжних оцінок розуміються поточні оцінки протягом семестру (активність, участь в дискусіях; виконання завдань та інше).

Поточний контроль проводиться на кожному семінарському занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на семінарських заняттях.

Зарахування кредитів навчального курсу можливо тільки після досягнення результатів, запланованих РПНД, що виражається в одній з позитивних оцінок, передбачених чинним законодавством.

Форми контролю результатів навчальної діяльності студентів та їх оцінювання

Відповіді на практичних заняттях	Критерії оцінювання
2	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
1	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 30 (15 тем по 2 бали).</i>	

Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	Критерії оцінювання
4	Завдання виконано правильно, повно, логічно, текст містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використано міждисциплінарні зв'язки, представлено аргументовані висновки
3	Завдання виконано в цілому правильно, достатньо повно, логічно; допущено несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
2	Завдання виконано частково правильно, є неточності, недостатньо обґрунтована думка
1	Завдання має суттєві помилки, аргументи не сформульовано, неправильно використано терміни.
0	Студент не виконав завдання
<i>Максимальна оцінка студента за даний компонент програми 60 (15 тем по 4 бали).</i>	

Залікова контрольна робота	Критерії оцінювання
9-10	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
7-8	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
5-6	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
3-4	Відповідь має суттєві помилки, аргументи не сформульовані, використовуються невірна термінологія.
1-2	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована
0	Студент не дає відповіді
<i>Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 10 балів</i>	

Контрольна робота (письмово)	Критерії оцінювання
30-36	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
20-29	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
10-19	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
1-9	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовується неправильна термінологія.
0	Студент не дає відповіді
Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 42 бали	

Залік	Критерії оцінювання
35-40	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, використані міждисциплінарні зв'язки, містить аргументовані висновки
25-34	Відповідь в цілому правильна, достатньо повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу
15-24	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована
5-14	Відповідь має суттєві помилки, аргументи несформульовані, використовується неправильна термінологія.
1-4	Відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована
0	Студент не дає відповіді
Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 40 балів	

Форма контролю	Максимальна кількість балів	
	Денна форма	Заочна форма
Відповіді на практичних заняттях	15x2 бали = 30 балів	4x2 бали = 8 балів
Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	15x4 бали = 60 балів	4x4 бали = 16 балів
Залікова контрольна робота	10 балів	–
Контрольна робота (письмово)	–	36 бали
Залік	–	40 балів
Всього	100	100

Оцінювання курсового проєкту

№	Складова оцінки	Максимальна оцінка
1	Формулювання мети, завдань, об'єкту та предмету дослідження, актуальності теми.	до 5
2	Оформлення роботи згідно вимог до курсових проєктів: титульна сторінка, зміст, розмітка і нумерація сторінок, оформлення таблиць, рисунків, посилань, списку використаних джерел, обсяг роботи.	до 5
3	Теоретичне обґрунтування дослідження, аналіз, узагальнення	до 10

№	Складова оцінки	Максимальна оцінка
	теоретичного матеріалів, коректність понятійного апарату, доцільність використання термінології, формулювання теоретичних висновків. Достатній обсяг опрацьованого теоретичного матеріалу	
4	Структура роботи, логічність подання текстового матеріалу, наявність змістовних зв'язків у розділах роботи, відповідність теоретичних узагальнень до практичних завдань, поставлених у роботі. відповідність змісту роботи її темі, меті і завданням	до 10
5	Доцільність обраного діагностичного інструментарію.	до 10
6	Грамотна інтерпретація отриманих емпіричних даних, ґрунтовність і логічність сформульованих висновків	до 10
7	Самостійність виконаної дослідницької роботи, самостійність інтерпретації та висновків	до 10
8	Творчий підхід до роботи, оригінальність, перспективність до подальших досліджень	до 10
	Загальна кількість балів за підготовку курсового проєкту	70
	Захист курсового проєкту	
9	Якість доповіді, її структура, послідовність, ґрунтовність доведень і умовиводів	до 10
10	Якість відповідей на запитання (правильність, ґрунтовність, аргументованість)	до 10
11	Якість наочних матеріалів до захисту (відео, презентація)	до 10
	Підсумкова оцінка	100

8. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

		Денне відділення		Заочне відділення	
		Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
ЗМ1	Т1	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4	Відповіді на практичних заняттях	2
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2
	Т2	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4		—
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4		
	Т3	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4	Відповіді на практичних заняттях	2
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2
	Т4	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4		
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4		

		Денне відділення		Заочне відділення	
		Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
	Т5	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4		
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4		
ЗМ2	Т6	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4		—
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4		
	Т7	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4		
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4		
	Т8	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4	Відповіді на практичних заняттях	2
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2
	Т9	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4	Відповіді на практичних заняттях	2
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2
	Т10	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4	Відповіді на практичних заняттях	2
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2
ЗМ3	Т11	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4	Відповіді на практичних заняттях	2
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2
	Т12	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4		
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4		
	Т13	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4	Відповіді на практичних заняттях	2
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2
	Т14	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4		
		Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2х2=4		
	Т15	Відповіді на практичних заняттях	2х2=4	Відповіді на практичних заняттях	2

	Денне відділення		Заочне відділення	
	Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів
	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2x2=4	Виконання практичних завдань, есе, власних текстів, аналітичний огляд	2
Залікова контрольна робота		10		–
Контрольна робота (письмово)		–		36
Залік				40
Сума		100		100

9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 392 с.
2. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 200 с.
3. Горпинич О.В., Архипова А.О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. 255с.
4. Король І.В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І.В.Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с.
5. Крепак А.С. Медіапланування : навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2018. 128 с.
6. Майовець Є.Й., Майовець Я.М. Маркетинг у роздрібній торгівлі: навч. Посібник. Львів: «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2022. 220с.
7. Партико З.В. Теорія масової інформації та комунікації: Навчальний посібник. Львів: Афіша, 2018. 292 с.
8. Примак Т.О. PR для менеджерів та маркетологів: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 202 с.

Допоміжна література

9. Виноградов В. Є. Управління проєктами в малому бізнесі. Суми: СумДУ, 2022.
10. Вовчанська О. М., Іванова Л. О. Інструментарій маркетингу в управлінні проєктами. Одеса: ОДАБА, 2023.
11. Гловацький Ю. В. Управління проєктом запровадження кампанії щодо підвищення обізнаності громадян України про систему ЕЕС та ETIAS у контексті подорожей до ЄС. Луцьк: СНУ імені Лесі Українки, 2024.
12. Гуржій В. Використання ІІІ в управлінні проєктами як органічний елемент сучасного розвитку. Економіка та суспільство, 2024.
13. Крепак А. Телевізійна реклама: зважені рейтинги у медіаплануванні. Вісник

Київського національного торговельно-економічного університету, 2017. №1. С.62–72.

14. Крепак А.С. Медіапланування: класифікація показників. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2017. №4. С. 123–132.

15. Кучмієва Т. С., Шиян Б. В. Вплив маркетингу на управління проєктами та чинники успішних проєктів. Миколаїв: МНАУ, 2023.

16. Лозовська Г. М. Оцінка ефективності медіапланування як складової управління рекламної діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2017. №2(1). С.149–153.

17. Лук'янов Д. В., Колеснікова К. В. Модифікація моделей проєктного управління з погляду сучасних інформаційних технологій. Черкаси: ЧДТУ, 2022.

18. Морозов В., Корочкін Д. Вплив популярності Instagram на управління проєктами. Київ: КНЕУ, 2024.

19. Окландер М.А. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.

20. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. Львів : ПАІС, 2017. 312 с.

21. Проект «marketing.ua». URL: <http://marketing/94221-mediaplanuvannja-cemediaplanuvannja-v-reklami.html/>

22. Сошинська В. С., Шпак В. І. Управління цифровими медіапроєктами. Київ: КУБГ, 2023.

Інформаційні ресурси в інтернет

1. Українська версія журналу «Forbes». URL: <http://forbes.ua/>
2. «Маркетинг и реклама». URL: <http://mr.com.ua/>
3. «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
4. Головне управління статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>
6. Маркетинговий портал. URL: <http://www.marketing-research.in.ua>

Розробники програми



О. С. Спанатій