ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ФАКУЛЬТЕТ
ЖУРНАЛІСТИКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету
журналістики ЗНУ

В.В.Костюк

_____ (ініціали та прізвище)

«28» січня 2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНИМИ ТА ПР-ПРОЄКТАМИ

підготовки магістрів

денної форми здобуття освіти

освітньо-професійна програма Реклама і зв'язки з громадськістю
спеціальності С7 Журналістика
галузі знань С Соціальні науки, журналістика та інформація

ВИКЛАДАЧ: Березенко Віта Віталіївна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності

Протокол №7 від "22" січня 2025 р.
Завідувач кафедри соціальних комунікацій
та інформаційної діяльності

_____ В.В.Березенко
(підпис) (ініціали, прізвище)

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми
«Реклама і зв'язки з громадськістю»

_____ В.В. Березенко
(підпис) (ініціали, прізвище)

2025 рік

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Управління рекламними та ПР-проєктами

Зв`язок з викладачем: Березенко Віта Віталіївна
E-mail: berezenkovita2017@gmail.com
Телефон: 289-12-17 (кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності)
Інші засоби зв'язку: *Viber, Telegram*
Кафедра: соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, навчальний корпус ЗНУ № 2, ауд. 217

1. Опис навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Управління рекламними та ПР-проєктами» є набуття фахівцями компетенцій, вмінь і навичок з управління людськими ресурсами рекламного /ПР-проєкту, створення інформаційної системи управління проєктами застосування універсального інструментарію розробки та реалізації рекламних та PR-проектів з метою досягнення ефективного позиціонування базисних суб'єктів, набуття навичок адаптації і впровадження проектних рішень у практичну діяльність

Основними **завданнями вивчення дисципліни** «Управління рекламними та ПР-проєктами» є:

- вивчити підходи до підбору учасників проєкту; - ознайомитися з основними принципами побудови проектних організаційних структур та розглянути доцільність їх застосування в рекламній та ПР-практиці;
- виділити основні сфери та напрями управління персоналом у проєктах;
- дослідити засади налагоджування комунікативних зв'язків між учасниками проєкту;
- проаналізувати сутність, види та способи попередження проєктних ризиків;
- вивчити хід виконання проекту та застосувати відповідні методи його коригування;
- проаналізувати готовності до змін та рівень зрілості управління рекламними та ПР-проєктами.

Курс «Основи медійної культури фахівця з реклами та ПР» пов'язаний із курсом «Стратегічний менеджмент комунікацій».

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Основна
Семестр	2-й
Кількість кредитів ECTS	3
Кількість годин	90
Лекцій	2 год.
Лабораторні заняття	2 год.
Самостійна робота	86 год.
Консультації	Кафедра: соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, навчальний корпус ЗНУ № 2, ауд. 217 Телефон: 289-12-17 (кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності) Інші засоби зв'язку: *Viber, Telegram,* berezenkovita2017@gmail.com *щовівторка, 10*00 – 12*00, формат (за домовленістю, zoom)* *Zoom: 6507429882* *Код: 052477*

Вид підсумкового семестрового контролю:	екзамен
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7894

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	**Методи навчання**	**Форми і методи оцінювання**
1	*2*	*3*
Програмні компетентності: *Загальні компетентності* - ЗК 3 здатність генерувати нові ідеї (креативність). - ЗК 9 здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт у сфері медіа; - ЗК 10 здатність реалізувати свої права та обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні; - ЗК 11 здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку журналістики, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовуючи різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя; *спеціальні (фахові, предметні) компетентності:* ФК 9 здатність оцінювати ключові параметри ефективності медіадіяльності, формувати науково обґрунтовані висновки про перспективність інформаційних продуктів та проектів в сфері реклами та ПР на ринку з позиції їх соціальної значимості та орієнтованості на відповідність функціям	Методи: пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, методи моделювання проблемної ситуації, наочні методи. Конкретизація навчальних методів: моделювання типових ситуацій рекламної діяльності відповідно до вимог сучасного рекламного законодавства; використання кейс-методів (ситуаційні завдання); аналіз, синтез, порівняння, узагальнення явищ, фактів, викладених у різних джерелах інформації, з метою підготовки відповідей на поставлені напередодні запитання; підготовка презентацій та інфографік. Методи: репродуктивний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, методи моделювання проблемної ситуації. Методи: пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, круглі столи, методи моделювання проблемної ситуації. Методи: метод проблемного викладу, дослідницький метод, дискусії, ділова гра, методи моделювання проблемної ситуації, використання кейс-методів (ситуаційні завдання).	Контрольні заходи: тести, захисти групових практичних завдань, самоаналіз, взаємоконтроль. Контрольні заходи: тести, опитування, самоконтроль (усний, письмовий), захист творчих завдань. Контрольні заходи: тести, опитування, самоконтроль (усний, письмовий), захист творчих завдань. Контрольні заходи: тести, опитування, захисти групових практичних завдань, самоконтроль (усний, письмовий), захист творчих завдань.

медіадіяльності; Програмні результати навчання - РНЗЗ 3. Відтворювати інформаційні та комунікаційні технології. РНЗЗ 4. Застосовувати спеціалізовані концептуальні новітні знання з соціальних комунікацій при плануванні професійної діяльності в різних рекламних та ПР-структурах.		

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.
Кадрове забезпечення виконання рекламного /ПР-проєкту

Процеси управління людськими ресурсами рекламного /ПР-проєкту. Учасники проекту та налагодження їх взаємодії. Формування проєктної команди. Організація системи управління проєктами. Види організаційних систем. Основні різновиди організаційних структур управління. технологія проєктування організації в системі управління проєктами. Базові елементи організаційної структури проєкту. Функціональний та цільовий підходи, їх переваги та недоліки. Сутність та основні форми зовнішньої та внутрішньої організаційних структур. Організаційна культура рекламного /ПР-проєкту. Формування команди рекламного /ПР-проєкту. Процеси управління командою рекламного /ПР-проєкту. Мотиваційні аспекти роботи команди. Управління конфліктами в рекламному /ПР-проєктах.

Змістовий модуль 2.
Управління комунікаціями та інформаційним забезпеченням рекламного / ПР-проєкту

Процеси управління комунікаціями при виконанні рекламного / ПР-проєкту. Планування управління комунікаціями. Формування «культурної», «інформаційної» та «людської» платформ в процесі управління комунікаціями. Управління очікуваннями зацікавлених сторін проєкту. Контроль комунікацій. Інформаційна система управління рекламними / ПР-проєктами. Системи підтримки прийняття рішень. Інструментальні засоби управління проєктами. Класифікація систем управління проєктами. порівняльний аналіз програмного забезпечення.

Змістовий модуль 3.
Управління ризиками в рекламних / ПР-проєктах.

Поняття ризику та невизначеності. Класифікація проєктних ризиків. Сутність та види проєктних ризиків. Причини виникнення та наслідки проєктних ризиків. Фактори, що визначають рівень ризикованості проєкту. Планування управління ризиками в рекламних та ПР-проєктах. Ідентифікація ризиків. Аналіз проєктних ризиків. Планування заходів з реагування на ризики. Моніторинг і контроль ризиків. Можливі стратегії поведінки компанії щодо ризиків: стратегія усунення ризиків, розподілу ризиків, зменшення ризиків, сприйняття ризиків. Дії компанії в межах кожної стратегії. Формування програм реагування на ризик.

Змістовий модуль 4.
Управління процесами виконання рекламних/ ПР-проєктів

Зміст контролювання процесами виконання проєкту. Моніторинг виконання робіт з рекламного/ ПР-проєкту. Основні елементи контрольного циклу. Контролювання виконання календарних планів та

бюджетів підрозділів. Звітність у системі контролю: завдання, принципи побудови, форма подання. Вимірювання та аналіз показників виконання рекламного/ ПР-проєкту. Інформація, необхідна для звіту по виконанню рекламного/ ПР-проєкту. Оцінювання ходу виконання проєкту на основі методи скоригованого бюджету. Види проєктних змін та їх вплив на проєкт та проєктну команду. Модель зрілості управління проєктами. Інструменти контролю виконаннння рекламного/ ПР-проєкту. Управління змінами в процесі виконання рекламного/ ПР-проєкту.

4. Структура навчальної дисципліни

Плани лабораторних занять і практичні завдання завантажені у системі мудл : https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7894

Вид заняття /роботи	**Назва теми**	**Згідно з розкладом**	
		о/д.ф.	
1	*2*	*3*	*5*
Лекція 1	Управління комунікаціями та інформаційним забезпеченням рекламного / ПР-проєкту	2	*Тиждень 1*
Практичне заняття 1	Управління ризиками в рекламних / ПР-проєктах.	2	*Тиждень 4*
Самостійна робота 1	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Процеси управління людськими ресурсами рекламного /ПР-проєкту. Учасники проекту та налагодження їх взаємодії. Формування проєктної команди. Організація системи управління проєктами. Види організаційних систем. Основні різновиди організаційних структур управління. технологія проєктування організації в системі управління проєктами.	8	*Тиждень 1 – 2*
Самостійна робота 2	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Базові елементи організаційної структури проєкту. Функціональний та цільовий підходи, їх переваги та недоліки. Сутність та основні форми зовнішньої та внутрішньої організаційних структур.	8	*Тиждень 3 – 4*
Самостійна робота 3	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Організаційна культура рекламного /ПР-проєкту. Формування команди рекламного /ПР-проєкту. Процеси управління командою рекламного /ПР-проєкту. Мотиваційні аспекти роботи команди. Управління конфліктами в рекламному	8	*Тиждень 5 – 6*

	/ПР-проєктах.		
Самостійна робота 4	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Процеси управління комунікаціями при виконанні рекламного / ПР-проєкту. Планування управління комунікаціями. Формування «культурної», «інформаційної» та «людської» платформ в процесі управління комунікаціями.	8	*Тиждень 7 –8*
Самостійна робота 5	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Управління очікуваннями зацікавлених сторін проєкту. Контроль комунікацій. Інформаційна система управління рекламними / ПР-проєктами.	8	*Тиждень 9*
Самостійна робота 6	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Поняття ризику та невизначеності. Класифікація проєктних ризиків. Сутність та види проєктних ризиків. Причини виникнення та наслідки проєктних ризиків. Фактори, що визначають рівень ризикованості проєкту. Планування управління ризиками в рекламних та ПР-проєктах. Ідентифікація ризиків.	8	*Тиждень 10*
Самостійна робота 7	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Планування заходів з реагування на ризики. Моніторинг і контроль ризиків. Можливі стратегії поведінки компанії щодо ризиків: стратегія усунення ризиків, розподілу ризиків, зменшення ризиків, сприйняття ризиків.	8	*Тиждень 11*
Самостійна робота 8	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Дії компанії в межах кожної стратегії. Формування програм реагування на ризик.	8	*Тиждень 12*
Самостійна робота 9	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Основні елементи контрольного циклу. Контролювання виконання календарних планів та бюджетів підрозділів. Звітність у системі контролю: завдання, принципи побудови, форма подання. Вимірювання та аналіз показників виконання рекламного/ ПР-проєкту. Інформація, необхідна для звіту по виконанню рекламного/ ПР-проєкту.	8	*Тиждень 13*

	Оцінювання ходу виконання проєкту на основі методи скоригованого бюджету**.**		
Самостійна робота 10	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Види проєктних змін та їх вплив на проєкт та проєктну команду. Модель зрілості управління проєктами. Інструменти контролю виконанння рекламного/ ПР-проєкту.	8	*Тиждень 14*
Самостійна робота 11	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Управління змінами в процесі виконання рекламного/ ПР-проєкту. Обговорення результату адаптації до змін.	6	*Тиждень 15*

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/ роботи	**Вид контрольного заходу**	**Зміст контрольного заходу***	**Критерії оцінювання та термін виконання***	**Усього балів**
1	*2*	*3*	*4*	*5*
Поточний контроль				
Практичне заняття 1	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання.	Опитування й обговорення ключових моментів теми ЗМ 1 **Практичне завдання**: Визначення актуальної соціальної проблеми Зазначення актуальність обраної теми; постановка мети; розробка загальної стратегії рекламного/ ПР-проєкту. (стратегія зв'язків з громадськістю має забезпечити формування необхідної, ефективної системи комунікацій; все, що сприяє досягненню поставленої мети); в цільової групи, визначення її основних і вироблення тактики роботи з ними..	Відповідь на питання – 2 б За участь в обговоренні – 0,5 б. Практичне завдання – 2 б. Виконання: на практичному занятті Самостійна робота – 0,5 б.	5
Самостійна робота 1	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Процеси управління людськими ресурсами рекламного /ПР-проєкту. Учасники проекту та налагодження їх взаємодії. Формування проєктної команди. Організація системи управління проєктами. Види організаційних систем.	Самостійна робота – 1 б Практичне завдання – 2 б	3

		Основні різновиди організаційних структур управління. технологія проєктування організації в системі управління проєктами. Сформулювати ключове повідомлення рекламного/ ПР-проєкту.		
Самостійна робота 2	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Базові елементи організаційної структури проєкту. Функціональний та цільовий підходи, їх переваги та недоліки. Сутність та основні форми зовнішньої та внутрішньої організаційних структур. Підготувати кадрове забезпечення виконання зазначеного рекламного /ПР-проєкту: визначення команди проєкту (кількість учасників, кількість груп і визначення їх задач); визначення головного менеджера - керівника проєкту та його посадових обов'язків.	Самостійна робота – 2 б Практичне завдання – 2 б	4
Самостійна робота 3	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Організаційна культура рекламного /ПР-проєкту. Формування команди рекламного /ПР-проєкту. Процеси управління командою рекламного /ПР-проєкту. Підготувати обгрунтування формування організаційної культури, визначення типу управлінської команди	Самостійна робота – 2 б Практичне завдання – 2 б	4
Самостійна робота 4	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання Тестування на платформі MOODLE.	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Процеси управління комунікаціями при виконанні рекламного / ПР-проєкту. Планування управління комунікаціями. Формування «культурної», «інформаційної» та «людської» платформ в процесі управління комунікаціями.	. Самостійна робота – 1 б Практичне завдання – 1 б Тестування - 10 б	12

		Скласти план розвитку команди проєкту, визначити 5 стадій та термінів їх проходження під час виконання проєкту.		
Самостійна робота 5	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Управління очікуваннями зацікавлених сторін проєкту. Контроль комунікацій. Інформаційна система управління рекламними / ПР-проєктами. Визначити методи навчання персоналу і створення графіку по вдосконаленню їх навичок і вмінь: управління командою проекту, визначення методів мотивування команди	Самостійна робота –21 б Практичне завдання – 2 б	4
Самостійна робота 6	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Поняття ризику та невизначеності. Класифікація проєктних ризиків. Сутність та види проєктних ризиків. Причини виникнення та наслідки проєктних ризиків. Фактори, що визначають рівень ризикованості проєкту. Планування управління ризиками в рекламних та ПР-проєктах. Ідентифікація ризиків. Підготувати план управління конфліктами під час виконання рекламного/ ПР-проєкту: визначення характеру конфлікту (позитивний/ негативний); визначення причин конфлікту; обрання стилю поведінки керівника проєкту під час вирішення конфліктної ситуації. складання плану дій для урегулювання конфліктної ситуації	Самостійна робота – 2 б Практичне завдання –2 б	4
Самостійна робота 7	Самостійне опрацювання базових	Самостійне опрацювання базових теоретичних	Самостійна робота – 2 б Практичне завдання – 2 б	4

	теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання .	питань: Планування заходів з реагування на ризики. Моніторинг і контроль ризиків. Можливі стратегії поведінки компанії щодо ризиків: стратегія усунення ризиків, розподілу ризиків, зменшення ризиків, сприйняття ризиків. Складання плану дій для урегулювання конфліктної ситуації		
Самостійна робота 8	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: **Дії компанії в межах** кожної стратегії. Формування програм реагування на ризик Розкрити процес планування управління комунікаціями у межах обраного студентом рекламного / ПР-проекту. Розкрити методи і аспекти ефективного управління комунікаціями у межах обраного студентом рекламного / ПР-проєкту. Визначити інструментальні засоби управління проєктом.	Самостійна робота – 1 б Практичне завдання – 2 б	3
Самостійна робота 9	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Основні елементи контрольного циклу. Контролювання виконання календарних планів та бюджетів підрозділів. Звітність у системі контролю: завдання, принципи побудови, форма подання. Вимірювання та аналіз показників виконання рекламного/ ПР-проєкту. Охарактеризувати основні види контролю у межах обраного студентом рекламного / ПР-проєкту Дати визначення моніторингу виконання робіт з проєкту. Охарактеризувати систему контролю за змінами, яку	Самостійна робота – 1 б Практичне завдання – 2 б	3

		треба застосовувати під час виконання обраного студентом рекламного / ПР-проекту соціальної спрямованості.		
Самостійна робота 10	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Види проєктних змін та їх вплив на проєкт та проєктну команду. Модель зрілості управління проєктами. Інструменти контролю виконанння рекламного/ ПР-проєкту. Охарактеризувати систему контролю за змінами, яку треба застосовувати під час виконання обраного студентом рекламного / ПР-проєкту соціальної спрямованост.і	Самостійна робота – 1 б Практичне завдання – 1 б	2
Самостійна робота 11	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань з теми. Самостійна робота. Практичне завдання Тестування на платформі MOODLE.	Самостійне опрацювання базових теоретичних питань: Управління змінами в процесі виконання рекламного/ ПР-проєкту. Обговорення результату адаптації до змін. Особливості довіри до реклами в засобах масової інформації. Вплив різних типів довіри на розвиток ринку рекламної продукції.	Самостійна робота – 1 б Практичне завдання – 1 б Тестування - 10 б	12
	5			**60**
Підсумковий контроль				
Залік /Екзамен	Теоретичне завдання: тестування на платформі MOODLE.	Питання за теоретичним матеріалом усіх змістових модулів https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7894	**Відповідь на екзамені** (max 10 балів) передбачає відповідь на питання тесту на платформі Moodle: (10 питань – за кожну правильну відповідь 1 бал)	**10**
	Індивідуальне практичне завдання	Презентація кейсу з управління рекламним / ПР-проектом з обраної студентом соціальної спрямованості Вимоги та рекомендації до оформлення індивідуального практичного завдання розміщені на платформі Moodle: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7894.	Студент може отримати до 30 балів за результатом захисту індивідуального практичного завдання	**30**
Усього за	**2**			**40**

підсумковий контроль				

ВИМОГИ ТА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ.

Загальна система оцінювання курсу	Участь у роботі впродовж семестру/залік – 60/40 балів. Оцінка заліку складається з балів отриманих за відповіді на тестові запитання, усні відповіді на питання згідно з переліком та виконання практичного завдання.
Лабораторні заняття	Попередня підготовка до розгляду питань, активна участь під час обговорення, обов'язкове виконання усіх завдань.
Вимоги до письмових завдань	Виконання завдань, поданих до планів практичних занять, є обов'язковим складником підготовки до заняття і оцінюються додатково.
Умови допуску до підсумкового контролю	Обов'язкова присутність на заняттях. Активність упродовж семестру, відвідування або відпрацювання усіх занять протягом двох тижнів з моменту пропуску заняття або отримання незадовільної оцінки на занятті.

Семестр включає в себе 1 лекцію і 1 лабораторне заняття. Підготовка самостійної роботи та опанування практичними навичками оцінюється балами, що наведено у таблиці. Загальна кількість балів – 60 за 5 модулів. На лабораторному занятті додатково оцінюється робота студента упродовж пари, участь у дискусії, доповнення відповідей однокурсників тощо – від 0,5 до 1 бала. Презентація виконаних завдань самостійної роботи за семестр 20 балів. Усього за семестр студент може набрати 60 балів.

До підсумкового семестрового контролю студент допускається, якщо з можливих 60 балів за дві атестації він набрав 35 і більше балів.

Підсумковий семестровий контроль оцінюється в 40 балів. Теоретична складова: залікове тестування (20 балів). Практична складова: захист проєкту соціальної рекламної кампанії (20 балів). Студентові зараховується вивчення курсу за умови, що за результатами поточного і підсумкового семестрового контролю він отримав із 100 можливих балів 60 і більше. Якщо за результатами поточного і підсумкового семестрового контролю студент отримав менше 60 балів, то вивчення курсу йому не зараховується й розглядається як академічна заборгованість.

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

6. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література

1. Довгань Л.Є., Мохонько Г.А., Малик І.П. Управління проектами: навч. посіб. Київ.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420 с.
2. Крайнік О.М., Тахтаджиєва Н.І. Планування проектних дій: навчально-методичний посібник для студентів ЗДІА спеціальності 8.18010013 «Управління проектами» денної форми навчання. Запоріжжя, ЗДІА, 2015. 80 с.
3. Ноздріна Л.В., Ящук В.І., Полотай О.І. Управління проектами: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 432 с.

.

Інформаційні ресурси

1. Веретенников В. І., Тарасенко Л. М., Гевлич Г.І. Управління проектами: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 280 с.
2. Капінос Г. І., Бабій І.В. Операційний менеджмент : навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 352 с.
3. Корзаченко О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських підприємств: проблеми та перспективи. Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2013. № 3. С. 64–69.
4. Методи управління проектами. URL: https://vuzlit.ru/2283992/ metodi_upravlinnya_proektami
5. Сучасні методи управління проєктами.URL: http://diplomba. ru/work/33052
6. Тарасюк Г. М. Управління проектами: навч. посіб. Київ : Каравела, 2012. 320 с.
7. Управление проектами: риски. URL: https://mipt.ru/diht/upload 11. Тарасюк Г.М. Управління проектами : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Каравела, 2006. 320 с.
8. Kanban. Just-In-Time at Toyota. Management Begins at the Workplace Hardcover. December, 1986. 212 p.
9. Projects IN Controlled Environments (PRINCE2) the Office of Government Commerce (OGC), United Kingdom. URL: https://discovery.nationalarchives.gov.uk/details/r/C11669509 № 6. С.107–110.

.

7.Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Відвідування занять є важливим складником навчання, тому пропуски без поважних причин не толеруються. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

Політика академічної доброчесності: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності (відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування тощо) в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату.

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншими персональними гаджетами необхідно.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти

Результати, отримані здобувачем за рахунок неформальної/інформальної освіти можуть бути зараховані за індивідуальне практичне завдання.

Комунікація

Із питаннями можна звертатися за електронною адресою

E-mail: : berezenkovita2017@gmail.com
Телефон: 288-12 -17 (кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності)

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Управління рекламними та ПР-проєктами

Сторінка дисципліни на платформі СЕЗН (Moodle):
https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7894
Викладач має відповісти упродовж тижня у який отримав листа на пошту у час з 9 00 по 17. 30.

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни
Управління рекламними та ПР-проєктами

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2024-2025 н. р. доступний за адресою: https://tinyurl.com/yckze4jd.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: https://tinyurl.com/y9tve4lk.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: https://tinyurl.com/y9pkmmp5. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: https://tinyurl.com/ycds57la.

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, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: https://tinyurl.com/57wha734. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: https://tinyurl.com/yd6bq6p9; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: https://tinyurl.com/y9r5dpwh.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ
Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**
Електронна адреса: v_banakh@znu.edu.ua
Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: https://tinyurl.com/ydhcsagx.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: http://library.znu.edu.ua. Графік роботи абонементів: понеділок-п`ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): https://moodle.znu.edu.ua
Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.
У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.
Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання

для відновлення паролю https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015.
ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: http://sites.znu.edu.ua/child-advance/
ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ: https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim
ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ): http://sites.znu.edu.ua/confucius