

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОЄКТІВ У КРЕАТИВНІЙ СФЕРІ

**Методичні рекомендації
до виконання курсової роботи
для здобувачів вищої освіти
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент креативних індустрій»
першого (бакалаврського) рівня**

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2025**

УДК 005(072.034)

M50

Укладачі: І. М. Перерва
О. В. Мазоренко

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування.

Протокол № 11 від 13.01.2025 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Менеджмент проєктів у креативній сфері [Електронний ре-
M50 курс] : методичні рекомендації до виконання курсової роботи для здобувачів вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент креативних індустрій» першого (бакалаврського) рівня / уклад. І. М. Перерва, О. В. Мазоренко. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2025. – 48 с.

Подано перелік можливих галузей та підприємств для виконання курсової роботи. Розглянуто основні положення, які допоможуть здобувачам вищої освіти у підготовці та захисті курсових робіт з навчальної дисципліни. Наведено зміст та вимоги до написання курсової роботи.

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент креативних індустрій» першого (бакалаврського) рівня.

УДК 005(072.034)

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2025

Вступ

Навчальна дисципліна «Менеджмент проєктів у креативній сфері» спрямована на вивчення теоретичних основ і практичних підходів до управління проєктами у галузях креативної економіки; особливостей планування, організації, реалізації та контролю креативних проєктів із урахуванням їхньої специфіки, динамічності та інноваційності.

У межах навчальної дисципліни розглядають сучасні методології управління проєктами, інструменти ефективної взаємодії команди, управління ризиками та ресурсами, а також особливості комунікації із зацікавленими сторонами у креативних індустріях.

Особливу увагу приділяють практичним аспектам реалізації креативних проєктів у сферах медіа, дизайну, маркетингових комунікацій, культурних і технологічних ініціатив, а також розвитку компетентностей креативного мислення, лідерства й підприємливості.

У процесі навчання здобувачі вищої освіти отримують необхідні знання під час лекційних занять, виконують завдання щодо практичного застосування набутих знань. Вивчення теоретичних положень навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері» потребує їхнього закріплення за допомогою практичних занять і це складає значну частину дисципліни, що також набувають за рахунок написання курсової роботи.

Ці методичні рекомендації з написання курсової роботи спрямовані на оволодіння здобувачами вищої освіти методами самостійного дослідження та практичного використання теоретичних знань під час проведення дослідження у процесі написання курсової роботи.

Відповідно до навчального плану спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент креативних індустрій» вивчення здобувачами вищої освіти навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері» завершується виконанням курсової роботи, яка займає особливе місце в системі діагностики якості підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності «Менеджмент».

Курсова робота спрямована на розвиток самостійної діяльності та аналітичних здібностей здобувачів вищої освіти.

Курсова робота – це окремий заліковий кредит навчальної дисципліни, що оцінюють як самостійний вид навчальної діяльності здобувача вищої освіти. Обсяг часу на виконання курсової роботи здобувача

вищої освіти – складова часу на самостійну роботу здобувача вищої освіти в межах обсягу годин, що відведені на цю навчальну дисципліну за планом. Згідно з навчальним планом здобувачі вищої освіти виконують курсову роботу з навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері».

Курсова робота дозволить здобувачам вищої освіти поглибити та систематизувати свої теоретичні та практичні знання у сфері проєктного управління діяльністю підприємства у креативній сфері.

У ході виконання курсової роботи здобувач вищої освіти повинен продемонструвати вміння користуватися нормативними документами та спеціальною науковою літературою, грамотно формулювати та висловлювати думки, робити висновки та обґрунтовані пропозиції.

Мета методичних рекомендацій – формування у здобувачів вищої освіти знань загальних основ, оволодіння методами самостійного дослідження, практичне застосування теоретичних знань для вирішення конкретних завдань у виконанні курсової роботи з навчальної дисципліни.

Методичні рекомендації надають здобувачам вищої освіти чіткі вказівки та інструменти, необхідні для успішного виконання курсової роботи. Вони охоплюють широкий спектр аспектів, починаючи від вибору теми та формулювання проблеми, а закінчуючи аналізом стратегічних альтернатив та висновками.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна, наведено в табл. 1.

Таблиця 1

**Результати навчання та компетентності, які формує
навчальна дисципліна**

Результати навчання	Компетентності, якими має володіти здобувач вищої освіти
1	2
PH4	ЗК8, ЗК10, ЗК12, СК10, СК12
PH5	ЗК12
PH6	ЗК5, СК12, СК17
PH7	ЗК5, СК17

1	2
PH8	ЗК4, ЗК5, СК1, СК2, СК17
PH10	СК7
PH11	СК3, СК16
PH12	СК7
PH16	ЗК12, СК7, СК8, СК12
PH17	ЗК3, ЗК5, СК3, СК7, СК8, СК12, СК17
PH18	ЗК5, ЗК8, ЗК10, СК7, СК12, СК16, СК17
PH19	ЗК5, СК7, СК12, СК17
PH20	ЗК5, ЗК12, СК3, СК7, СК12, СК17
PH21	ЗК3, СК2, СК7, СК12, СК16, СК17

Примітка.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

СК1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.

СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

СК3. Здатність визначати перспективи розвитку організації.

СК7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.

СК8. Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.

СК10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.

СК12. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

СК16. Здатність демонструвати базові навички креативного та критичного мислення.

СК17. Здатність здійснювати управління креативними проєктами з урахуванням ресурсних обмежень та умов невизначеності в організаціях креативного сектору.

PH4. Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.

RH5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

RH6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

RH7. Виявляти навички організаційного проектування.

RH8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

RH10. Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації.

RH11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

RH12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

RH16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

RH17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

RH18. Оцінювати можливості використання технологій для оптимізації ефективності бізнесу.

RH19. Демонструвати навички аналізу та синтезу інформації, пристосовуючи їх для аналізу та вирішення проблем у різних галузях бізнесу та менеджменту.

RH20. Координувати аспекти діяльності організацій креативного сектору, які сприяють ефективності їх роботи.

RH21. Демонструвати здатність здійснювати управління креативними проектами на всіх етапах їх життєвого циклу шляхом застосування методів генерації та оцінювання ідей, планування, реалізації й контролю проектних рішень, з урахуванням ресурсних обмежень, ризиків та умов невизначеності у сфері креативних індустрій.

Методичні рекомендації до виконання курсової роботи

1. Порядок виконання курсової роботи

Для успішного виконання курсової роботи з навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері» здобувач вищої освіти має чітко дотримуватися визначених етапів і рекомендацій.

Курсову роботу виконують у такій послідовності:

вибір теми та визначення креативного проєкту (реального або умовного), який буде досліджено;

вивчення наукової, методичної та практичної літератури за темою;

формування мети, завдань, об'єкта і предмета дослідження;

розроблення структури (плану) курсової роботи;

підготовка аналітичних матеріалів, проєктних розрахунків, обґрунтувань;

написання та оформлення курсової роботи відповідно до встановлених вимог;

подання курсової роботи науковому керівнику для перевірки та рецензування;

захист курсової роботи.

Курсову роботу виконують самостійно за консультації наукового керівника в процесі вивчення здобувачами вищої освіти навчальної дисципліни відповідно до навчального процесу. Курсова робота передбачає наявність таких елементів дослідження:

формулювання теми, її актуальності для креативної галузі чи конкретного проєкту;

визначення об'єкта і предмета дослідження;

постановка мети та завдань;

практичну спрямованість та можливість застосування результатів у реальній креативній сфері (дизайн, маркетинг, івент-менеджмент, культурні ініціативи, цифрові продукти тощо);

комплексний системний підхід до вирішення завдань дослідження;

використання сучасних методологій управління проєктами (PMBoK, Agile, Scrum, Design Thinking тощо).

Курсова робота з навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері» має прикладний і проєктно-аналітичний характер. Тема курсової роботи, як правило, передбачає аналіз, планування або розроблення креативного проєкту, його організаційної структури, бюджету, команди, ризиків, або оцінювання ефективності управління проєктом. Здобувач вищої освіти може вибрати тему та об'єкт дослідження самостійно – із запропонованого переліку або за власною ініціативою (за погодженням із викладачем). Рекомендовано вибирати проєкт або організацію, діяльність якої пов'язана з майбутньою професійною сферою здобувача вищої освіти, а також таку, яку можна використати як базу для подальшого бакалаврського дослідження.

Метою курсової роботи є формування у здобувача вищої освіти компетентностей щодо організації, планування, реалізації та оцінювання проєктів у креативній сфері, а також застосування сучасних методів і технологій управління проєктною діяльністю.

Об'єкт дослідження – це процеси планування, реалізації, моніторингу та контролю проєктів у креативних індустріях.

Предмет – це методи, інструменти та механізми управління креативними проєктами.

Основними завданнями виконання курсової роботи є:

- ознайомитися з методикою організації, планування та реалізації креативних проєктів;

- дослідити теоретичні засади управління проєктами у креативних індустріях;

- проаналізувати реальний або умовний креативний проєкт;

- визначити ключові етапи, ресурси, ризики та показники ефективності проєкту;

- обґрунтувати пропозиції щодо вдосконалення управління вибраним проєктом;

- продемонструвати вміння використовувати сучасні методи проєктного менеджменту;

- сформувати навички практичного застосування інструментів планування, комунікацій та контролю у проєктній діяльності.

2. Теми для курсових робіт

Перелік можливих тем курсових робіт з навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері» формують відповідно до сучасних тенденцій розвитку креативної економіки, технологій управління проєктами та напрямів професійної підготовки здобувачів вищої освіти. Щорічно перелік можливих тем, галузей та об'єктів дослідження уточнює та оновлює кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування з урахуванням актуальних напрямів розвитку креативних індустрій в Україні та світі.

Курсову роботу виконують за варіантами (кожен здобувач вищої освіти вибирає креативний проєкт (реальний або умовний) чи організацію, що реалізує або підтримує креативні ініціативи, та узгоджує свій вибір з викладачем). Деякі орієнтовні галузі та орієнтовні теми для виконання курсових робіт наведені далі. Під час вибору міжнародного проєкту або компанії доцільно зосередитися на аналізі їхньої діяльності **на українському ринку** або у співпраці з українськими партнерами.

Перелік можливих галузей для виконання курсової роботи

1. Культурні та мистецькі проєкти (музеї, театри, фестивалі, виставки, резиденції тощо).
2. Аудіовізуальні мистецтва (кіно, телебачення, відеопродакшн, стримінгові платформи).
3. Дизайн (графічний, промисловий, інтер'єрний, фешн-дизайн).
4. Маркетингові комунікації, брендинг, реклама, digital-маркетинг.
5. Видавнича справа та медіа.
6. Архітектура та урбаністика.
7. IT-продукти з елементами креативного підходу (мобільні застосунки, ігрові платформи, віртуальна та доповнена реальність).
8. Музична індустрія.
9. Креативні освітні ініціативи, інноваційні простори, хаби, коворкінги.
10. Стартапи у сфері креативної економіки.
11. Культурні і соціальні інноваційні проєкти.

Орієнтовний перелік тем курсових робіт

1. Управління проектом організації культурного фестивалю (на прикладі ____).
2. Планування і реалізація маркетингової кампанії креативного бренду.
3. Особливості управління командою креативного проекту в умовах дистанційної співпраці.
4. Розроблення та реалізація проекту у сфері моди (fashion-проект, показ, колекція).
5. Менеджмент проекту створення музичного продукту (альбому, кліпу, події).
6. Управління проектом створення брендингової агенції / креативного агентства.
7. Планування бюджету та фінансування культурного чи мистецького проекту.
8. Управління ризиками у креативних проектах (на прикладі IT або digital-проектів).
9. Менеджмент комунікацій у креативному проекті.
10. Організація проекту з розвитку локальної креативної спільноти.
11. Управління проектом створення медіапродукту (подкасту, YouTube-каналу, онлайн-журналу).
12. Розроблення стратегії управління культурною подією (виставка, ярмарок, арт-резиденція).
13. Менеджмент креативного стартапу: від ідеї до запуску продукту.
14. Управління проектом розроблення мобільного застосунку у сфері креативних індустрій.
15. Організація та менеджмент освітнього креативного проекту (тренінг, воркшоп, онлайн-курс).
16. Управління проектом з розроблення візуальної айдентики бренду.
17. Управління проектом створення арт-простору або креативного хабу.
18. Особливості управління міжнародними креативними проектами.
19. Розроблення проекту соціальної комунікації через мистецтво.
20. Управління проектом створення інтерактивного культурного продукту (віртуальна виставка, AR-досвід).

У процесі виконання курсової роботи здобувач вищої освіти має максимально повно охопити теоретичні, методичні та практичні аспекти вибраної теми, продемонструвавши розуміння сутності, логіки та особливостей управління проєктами у креативній сфері.

Основними принципами дослідження є науковість та об'єктивність.

У процесі дослідження здобувач вищої освіти повинен провести аналіз статистичних і аналітичних даних, ретельно опрацювати наукові джерела, а також урахувати взаємозв'язки між теорією та практикою управління проєктами у креативній галузі.

Принцип об'єктивності означає, що здобувач вищої освіти має розглядати тему курсової роботи у тісному зв'язку з реальною практикою – на прикладі конкретного креативного проєкту, організації, студії, агенції, фестивалю чи стартапу.

3. Оцінювання курсової роботи

Оцінювання курсової роботи з навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері» здійснюють на основі комплексного аналізу змісту, структури, рівня самостійності та якості подання матеріалу.

Курсову роботу оцінюють за такими критеріями:

самостійність виконання дослідження та оригінальність підходів;

логічність і детальність плану;

повнота і глибина розроблення теми;

якість аналітичної та проєктної частини;

практична спрямованість, наявність реальних прикладів або власних розробок;

використання цифрової, аналітичної та візуальної інформації (таблиць, рисунків, схем, діаграм, моделей, графіків, інфографіки тощо);

кількість і якість використаних джерел (не менше 10, серед них – наукові статті, аналітичні звіти, офіційні дані);

наявність конкретних висновків і практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління креативними проєктами;

креативність подання матеріалу, інноваційність підходів;

відповідність оформлення встановленим вимогам;

якість презентації результатів під час захисту;

уміння аргументовано відповідати на питання під час обговорення роботи;

захист.

Курсова робота повинна відповідати принципам академічної доброчесності. Відповідальна особа за перевірку на академічний плагіат, призначена рішенням випускової кафедри, здійснює перевірку за допомогою програмно-технічних засобів перевірки на ознаки плагіату, які знаходяться у відкритому доступі в мережі «Інтернет».

За запитом кафедри навчально-методичним відділом може здійснюватися перевірка з використанням сервісу [StrikePlagiarism.com](https://www.strikeplagiarism.com).

Ступінь унікальності тексту курсової роботи має становити не менше 50 %.

Оцінювання курсової роботи проводять відповідно до вимог щодо своєчасності, змісту та якості виконання дослідження.

Якість виконання курсової роботи оцінюють відповідно до вимог:

своєчасне подання курсової роботи на кафедру (дедлайн визначають щорічно – не пізніше ніж за 4 тижні до завершення семестру);

відповідність теми й змісту курсової вимогам навчальної дисципліни та завданням дослідження;

наявність теоретичного узагальнення підходів до управління креативними проектами;

застосування сучасних методологій і практичного інструментарію (Agile, Scrum, Gantt-діаграми, Canvas-моделі, SWOT-аналіз тощо);

повнота та обґрунтованість аналітичних і практичних результатів;

курслова робота повинна бути зроблена відповідно до вимог, що висувають.

Максимально можлива оцінка якості виконання курсової роботи – 60 балів; мінімально необхідний бал – 35 балів.

Захист курсової роботи проводять на засіданні кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування не пізніше, ніж за два тижні до початку екзаменаційного періоду, відповідно до графіка, затвердженого завідувачем кафедри.

Захист відбувається у формі презентації виконаного дослідження, під час якої здобувач вищої освіти має:

коротко представити мету, завдання, структуру та результати роботи;

обґрунтувати основні висновки та практичні рекомендації;

продемонструвати візуальні матеріали (презентацію, схеми, графіки, дизайн-макети тощо);

відповісти на запитання викладачів та учасників захисту;

уміти оцінити перспективи подальших досліджень або розвитку проекту.

Максимально можлива оцінка захисту курсової роботи – 40 балів; мінімально необхідний бал – 25 балів.

Підсумкову оцінку за курсову роботу з навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері» формують за 100-бальною накопичувальною системою оцінювання.

4. Вимоги до структури та змісту курсової роботи

Вимоги до структури курсової роботи

Курсову роботу з навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері» виконують на основі глибокого вивчення сучасної вітчизняної та зарубіжної наукової літератури, практичних кейсів, аналітичних матеріалів, законодавчих актів, статистичних даних, звітів міжнародних організацій, галузевих аналітичних центрів, а також реальних прикладів реалізації креативних проєктів.

Для виконання курсової роботи можна використовувати такі джерела інформації:

наукову, навчальну та методичну літературу;

звіти, аналітичні матеріали, офіційні статистичні дані (зокрема, дані Державної служби статистики України, звіти ОеCD, UNESCO, Creative Europe тощо);

публікації у фахових виданнях і профільних інтернет-ресурсах;

інформацію з офіційних сайтів компаній, проєктів, креативних агенцій, культурних інституцій;

результати власних спостережень, інтерв'ю або опитувань (за погодженням з керівником).

Курсова робота повинна містити такі розділи (у зазначеній послідовності):

1. Титульний аркуш курсової роботи. Виконують за уніфікованою формою (додаток А) з підписами всіх (здобувача та членів комісії).

2. Зміст курсової роботи.

3. Вступ.

4. Основна частина, яка складається з кількох логічно пов'язаних розділів: загальна характеристика об'єкта дослідження (проєкту або компанії у креативній сфері); концепція, цілі та зацікавлені сторони проєкту; аналіз середовища реалізації проєкту (внутрішнього та зовнішнього); розроблення та планування проєкту (етапи, ресурси, бюджет, ризики, команда); оцінювання ефективності, результативності та впливу проєкту.

5. Висновки.

6. Список літератури.

7. Додатки.

Структура курсової роботи та обсяг окремих її розділів залежать від конкретної галузі, але її необхідно формувати з дотриманням таких умов:

обсяг роботи 25 — 30 друкованих сторінок (включаючи літературу та без додатків);

допоміжні таблиці, технічну документацію розміщувати в додатках;

кількість сторінок в окремих розділах чітко не регламентована, але має відповідати вимогам достатньої інформативності та обґрунтованості рішень і висновків.

Курсова робота складається з розділів і підрозділів. У кінці кожного розділу формують висновки.

Зміст кожного розділу залежить від галузі та підприємства курсової роботи та плану курсової роботи, погодженого з науковим керівником. Проте існують загальні вимоги до розміру кожного розділу, наведені далі.

Приблизна кількість сторінок у розділах така:

вступ: 1 – 2 сторінки;

загальна характеристика проєкту в сфері креативних індустрій (компанії, ініціативи): 2 – 3 сторінки;

опис ідеї проєкту: 1 – 2 сторінки;

розроблення концепції проєкту та установчого документа (статуту) проєкту: 3 – 5 сторінок;

аналіз зацікавлених сторін: 2 – 3 сторінки;

структуризація проєкту (побудова дерева робіт, рішень, матриці відповідальності): 4 – 6 сторінок;

Gantt та PERT графіки: 3 – 5 сторінок;

планування бюджету проєкту: 2 – 3 сторінки;

аналіз ризиків та управління ризиками в проєкті: 2 – 4 сторінки;

висновки: 1 – 2 сторінки.

Вимоги до змісту розділів курсової роботи

Вступ

Вступ є коротким, але надзвичайно важливим розділом курсової роботи (зазвичай обсягом 1 – 2 сторінки), який має на меті ознайомити читача з основною ідеєю дослідження, обґрунтувати його актуальність та визначити логіку виконання роботи.

Мета вступу – надати достатню довідкову інформацію, щоб читач міг зрозуміти й оцінити результати дослідження.

У вступі здобувач вищої освіти демонструє розуміння проблематики управління креативними проєктами, її значення для розвитку сучасної економіки, бізнесу, культури чи суспільства загалом.

Вступ повинен містити такі основні елементи:

1. Актуальність теми.

Необхідно коротко (у 5 – 7 реченнях) обґрунтувати, чому вибрана тема є важливою саме сьогодні. У контексті навчальної дисципліни «Менеджмент проєктів у креативній сфері» це може бути:

зростання ролі креативних індустрій у формуванні економіки знань;
необхідність ефективного управління креативними процесами, командами та ресурсами;

актуальність проєктного підходу для розвитку культурних, дизайнерських, технологічних або соціальних ініціатив.

2. Мета дослідження.

Мета відображає кінцевий результат, досягнення якого передбачено у процесі виконання курсової роботи.

Наприклад:

Метою курсової роботи є розроблення та обґрунтування підходів до ефективного управління креативним проєктом [назва або тип проєкту] із використанням сучасних методів проєктного менеджменту.

3. Завдання дослідження.

Для досягнення поставленої мети формують 4 – 6 конкретних завдань, серед яких можуть бути:

вивчення теоретичних основ менеджменту креативних проєктів;
аналіз середовища та особливостей реалізації вибраного креативного проєкту;

визначення ключових учасників і зацікавлених сторін;
планування структури, бюджету та ресурсів проекту;
оцінювання результатів та ефективності реалізації проекту.

4. Об'єкт і предмет дослідження.

Об'єктом є процес управління креативним проектом або діяльність організації, що реалізує креативні ініціативи.

Предметом є конкретні інструменти, підходи, методи чи моделі управління, які розглядають у межах дослідження.

5. Методи дослідження.

У вступі доцільно коротко охарактеризувати методи, які були використані:

загальнонаукові (аналіз, синтез, узагальнення, системний підхід);

емпіричні (спостереження, опитування, аналіз кейсів, порівняння, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз зацікавлених сторін);

аналітичні (економічне оцінювання, планування бюджету, аналіз ризиків, розроблення карти Gantt або логічної моделі).

6. Практичне значення.

У заключних реченнях вступу доцільно зазначити, як результати дослідження можуть бути використані – наприклад, у розробленні або вдосконаленні реального креативного проекту, підготовці грантової заявки, розвитку культурних або інноваційних ініціатив.

Основний розділ

Основна частина курсової роботи є ключовою – саме в ній здобувач вищої освіти демонструє уміння застосовувати отримані знання для аналізу, планування та управління конкретним креативним проектом або діяльністю організації, що функціонує у сфері креативних індустрій.

Структура основної частини повинна логічно відображати послідовність етапів управління креативним проектом – від аналізу ідеї до розроблення плану її реалізації та оцінювання результатів.

Назва кожного розділу має відображати характер висвітлених питань. Не допускають використання назв «теоретична секція», «практична секція» тощо.

1. Теоретичні аспекти розроблення проєкту

Опис проєкту або організації в креативній сфері

У цьому підрозділі подають характеристику об'єкта дослідження – проєкту, організації, агенції, студії, стартапу або ініціативи, діяльність якої пов'язана зі створенням чи управлінням креативними продуктами, послугами або подіями.

Метою цього розділу є надати загальне уявлення про проєкт (реальний або умовний), його місце у сфері креативних індустрій, масштаби діяльності, цілі та потенціал розвитку.

У курсовій роботі необхідно відобразити сучасний стан і перспективи розвитку галузі. У цьому підрозділі доцільно розкрити такі аспекти:

1. Загальна інформація про проєкт або організацію:

назва, рік заснування, організаційно-правова форма;

місцезнаходження (місто, країна, регіон діяльності);

засновники або ключова команда;

основний напрям діяльності (сфера креативної індустрії – наприклад, дизайн, реклама, мода, ІТ, кіно, музика, архітектура, видавнича справа, культурні події, ігрова індустрія тощо).

2. Опис креативного продукту або послуги:

які саме продукти, послуги чи події створює проєкт;

у чому полягає його креативна складова (новизна ідеї, художня цінність, унікальність підходу, інноваційність);

яким чином реалізують креативний процес (етапи виробництва, залучення митців, дизайнерів, розробників, культурних менеджерів).

3. Цільова аудиторія та ринок:

хто є споживачем або користувачем продукту (вікова, професійна, соціальна, культурна характеристика);

потреби, які задовольняє проєкт;

особливості поведінки або очікувань аудиторії у вибраній сфері.

4. Поточний стан і перспективи розвитку:

загальна оцінка позиції проєкту або організації на ринку;

основні джерела фінансування (власні кошти, гранти, інвестиції, краудфандинг, продаж продуктів);

виклики, з якими зіштовхується проєкт (економічні, технологічні, соціальні, креативні);

стратегічні напрями розвитку та потенційні шляхи масштабування.

Опис проєкту або організації в креативній сфері повинен бути аналітичним і системним, відображати як сучасний стан об'єкта, так і перспективи його розвитку, а також забезпечувати основу для подальшого дослідження в основних розділах курсової роботи.

Бачення, місія та цілі проєкту

Цей підрозділ присвячений визначенню стратегічних орієнтирів досліджуваного проєкту або організації в креативній сфері. Основна мета полягає у системному висвітленні концептуальної основи проєкту, яка забезпечує взаємозв'язок між його діяльністю, очікуваними результатами та потребами цільової аудиторії.

Вкажіть бачення та місію проєкту.

Бачення проєкту формулює довгострокове уявлення про його майбутній стан та вплив на ринок, культурний або соціальний простір. У цьому контексті необхідно: описати стратегічну перспективу розвитку проєкту; визначити очікуваний ефект його реалізації для учасників, споживачів та галузі; підкреслити інноваційний або креативний характер діяльності.

Місія відображає основну мету створення проєкту, його соціальну, економічну або культурну цінність. У цьому підрозділі доцільно: формулювати роль проєкту у задоволенні потреб цільової аудиторії; визначити принципи діяльності та ключові напрями реалізації продуктів чи послуг; підкреслити відповідність місії сучасним тенденціям креативних індустрій та потребам ринку.

Цілі проєкту конкретизують завдання, які необхідно виконати для реалізації його бачення та місії. Важливо, щоб кінцева ціль досліджуваного проєкту або організації була чітко сформульована та вимірювана.

Під час формулювання мети проєкту використовуйте підхід SMART. Для кращих результатів використовуйте підхід SMART для постановки цілей (заповніть таблицю постановки цілей SMART). Ця мета повинна відповідати та підтримувати місію та бачення проєкту.

Розробіть схему дерева цілей для вашого проєкту. Дайте пояснення дерева цілей.

Напишіть висновок щодо отриманих результатів дослідження обсягом до однієї сторінки.

Опис ідеї проєкту

У курсовій роботі підрозділ «Опис ідеї проєкту» повинен містити систематизоване представлення концепції вибраного проєкту, що забезпечує основу для подальшого аналізу та управління. Відображають такі елементи:

1. Ідентифікація ідеї проєкту:

короткий опис вибраної ідеї проєкту (1 – 3 речення);

аргументація вибору проєкту серед інших можливих варіантів з урахуванням актуальності, перспективності та доцільності реалізації;

обґрунтування причин ініціації проєкту, наприклад: вимоги ринку, потреби бізнесу, споживчий попит, технологічний прогрес, вимоги законодавства, соціальні потреби.

2. Мета та підцілі проєкту: чітке формулювання кінцевої мети проєкту, що відповідає місії та баченням організації.

Використання підходу SMART для визначення цілей: конкретність, вимірюваність, узгодженість, досяжність, реалістичність та обмеженість у часі.

Формування дерева цілей, яке відображає ієрархічну структуру від стратегічної мети до проміжних завдань.

3. Завдання проєкту.

Потрібно зазначити конкретні етапи, які необхідно виконати для досягнення цілей проєкту. Завдання повинні бути логічно пов'язані з метою та підцільми проєкту.

4. Концепція проєкту (креативний бриф).

Бриф проєкту

Розробіть концепцію (резюме) проєкту. Для цього скористайтеся шаблоном брифу проєкту (табл. 2).

Таблиця 2

Бриф проєкту

Параметри	Опис
1	2
Огляд проєкту	Огляд проєкту створює основу для вашого креативного проєкту. Він містить короткий опис проєкту, його передумови та контекст, роботу, яку потрібно виконати, та очікувані результати. Він формує загальну картину проєкту, яка допомагає всім учасникам зрозуміти його сутність, масштаб і мету

1	2
Цілі	Чітко визначені цілі – основа якісного креативного брифу. Вони описують, чого має досягти проєкт. Йдеться про загальні бізнесові або маркетингові цілі. Вони мають бути конкретними, вимірюваними, досяжними, релевантними та обмеженими в часі (SMART), щоб підтримувати проєкт на правильному шляху й полегшити оцінювання ефективності. У цьому контексті важливо розрізняти цілі та завдання. Цілі – це загальні орієнтири, які пояснюють, чого ви хочете досягти, тоді як завдання – точні, вимірювані етапи, які ви робите для досягнення цілей
Цільова аудиторія (Хто ваші люди?)	У цьому розділі міститься детальний портрет людей, на яких розрахований проєкт. Він має виходити за межі базових демографічних даних, а саме вік, стать і місце проживання. Варто включити психографічні характеристики на кшталт інтересів, поведінки, способу життя, поглядів та цінностей. Чим краще ви розумієте свою аудиторію, тим ефективніше можете з нею комунікувати. Глибоке розуміння цільової аудиторії гарантує, що результати проєкту знайдуть відгук у тих, чия увага вам потрібна найбільше
Унікальна торговельна пропозиція	Унікальна торговельна пропозиція – це перевага, яка відрізняє ваш продукт або послугу від пропозицій конкурентів. Вона підкреслює, що робить ваш бренд унікальним і чому він підходить вашій цільовій аудиторії. Створіть унікальну торговельну пропозицію, яка буде лаконічною і характерною саме для вашого бренду. Подумайте над тим, що робить його особливим. Це може бути що завгодно, від унікальних властивостей продукту або першокласного обслуговування клієнтів до інноваційної бізнес-моделі
Результати	Результати – це конкретні підсумки проєкту: дизайн сайту, рекламна кампанія, відеопродукція тощо. Вони повинні детально описувати, що буде створено, в якому форматі й коли. Це означає, що ви повинні бути максимально конкретними щодо очікуваних результатів. Йдеться про визначення кількості, формату, розміру та будь-якої іншої важливої інформації. Наприклад, замість того, щоб просити «контент для соціальних мереж», ви маєте сформулювати запит так: «10 дописів у Facebook, 5 історій в Instagram і стаття в LinkedIn»
Бюджет і строки	Бюджет визначає фінансові ресурси, необхідні для проєкту. Він містить витрати на креативну роботу, виробництво та будь-які інші витрати, які можуть виникнути під час реалізації проєкту. Наявність чіткого бюджету допомагає креативній команді адаптувати свої рішення відповідно до фінансових обмежень. Будьте максимально чесними й точними. Якщо є гнучкі складові бюджету, чітко зазначте це в брифі. Строки відображають дату початку, ключові етапи та кінцевий термін виконання проєкту. Важливо також виділити достатньо часу для мозкового штурму, творчого процесу, збирання відгуків, доопрацювання та виробництва. Завжди намагайтеся скласти реалістичний графік, який урахує потенційні труднощі й затримки. Занадто стислі строки можуть ускладнити творчий процес і призвести до посереднього результату. Важливо окреслити фінансові та часові обмеження, оскільки вони дозволяють ефективно планувати роботу та формувати реалістичні очікування

1	2
Конкурентне середовище	У розділі «Конкурентне середовище» слід детально описати ключових гравців на вашому ринку, їхні сильні та слабкі сторони, а також те, як вони сприймаються. Розуміння конкурентів може допомогти вигідно позиціювати ваш бренд і підкреслити особливості вашої пропозиції. Це означає, що ви повинні не просто скласти список конкурентів, але й проаналізувати їх. Що вони роблять добре? Що їм не вдається? Як вони спілкуються зі своєю аудиторією? Як ви можете диференціювати свій бренд від їхніх? Цей аналіз допоможе сформувати унікальну торговельну пропозицію та виділить ваш проєкт серед інших
Показники ефективності	Показники ефективності, або KPI, використовують для оцінювання ступеня досягнення цілей. Йдеться про кількісні дані, які допомагають визначити, чи був ваш проєкт успішним. Це можуть бути такі показники, як кількість згенерованих лідів, зростання трафіку сайту, активність у соцмережах або коефіцієнт конверсії. Обов'язково визначте ці показники відповідно до цілей свого проєкту. Наприклад, якщо метою вашого проєкту є підвищення впізнаваності бренду, відповідним KPI може бути збільшення відвідуваності сайту або кількості підписників у соцмережах. Важливо вимірювати те, що має значення: зосередьтеся на показниках, які безпосередньо пов'язані з успіхом вашого проєкту

Використовуйте інструменти Excel (об'єкти SmartArt) для побудови дерева цілей заходу.

5. Висновок підрозділу.

Короткий аналітичний підсумок (до однієї сторінки), що відображає: логіку формування проєкту;

взаємозв'язок цілей, завдань та очікуваних результатів;

практичну значущість ідеї проєкту для реалізації креативного завдання.

Таким чином, підрозділ «Опис ідеї проєкту» повинен наочно та аналітично представляти ідею проєкту, стратегічні цілі, завдання та очікувані результати, забезпечуючи підґрунтя для подальших аналітичних і стратегічних розділів курсової роботи.

Розроблення концепції проєкту та установчого документа (статуту) проєкту

У цьому розділі курсової роботи здобувачі вищої освіти повинні подати концепцію вибраного проєкту у вигляді офіційного документа – Статуту проєкту, який забезпечує систематизоване та зрозуміле донесення інформації до замовника, інвестора, спонсора та інших зацікавлених сторін.

Статут проєкту виконує роль основного управлінського та комунікаційного документа, який формалізує основні параметри проєкту та слугує підґрунтям для ухвалення рішень щодо його реалізації. Документ призначений:

зафіксувати стратегічну мету, завдання та очікувані результати проєкту;

визначити організаційну структуру та відповідальність учасників;

координувати дії команди та інших зацікавлених сторін;

створити основу для планування ресурсів, контролю і оцінювання ефективності реалізації проєкту;

слугувати офіційним документом для замовників, інвесторів або спонсорів.

Статут проєкту може мати різні форми залежно від масштабу, кількості зацікавлених сторін та систем управління документами на підприємстві.

Заява про відкриття проєкту – офіційне підтвердження ініціації проєкту.

Декларація про наміри – опис основних цілей та намірів реалізації проєкту.

Передпроектне обґрунтування інвестицій – аналітичний документ щодо доцільності проєкту та очікуваної ефективності.

Контракт або договір – встановлення правових та організаційних рамок взаємодії учасників.

Курсова робота повинна містити повноцінно розроблений статут проєкту, який містить такі розділи:

1. Назва та основні дані про проєкт – ідентифікація проєкту, категорія та сфера діяльності.

2. Мета та завдання проєкту – стратегічна мета, проміжні цілі та конкретні завдання.

3. Обсяг робіт та очікувані результати – перелік продуктів, послуг або результатів проєкту.

4. Організаційна структура та відповідальність учасників – визначення ролей і обов'язків команди та зацікавлених сторін.

5. Ресурси та бюджет – фінансові, матеріальні та людські ресурси, необхідні для реалізації проєкту.

6. Таймінг та ключові етапи – строки виконання, проміжні дедлайни та контрольні точки.

7. Показники ефективності (KPI) – кількісні та/або якісні критерії оцінювання досягнення цілей.

8. Ризики та управління ними – потенційні ризики та заходи з їхньої мінімізації.

Статут проєкту повинен бути логічно структурованим та академічно обґрунтованим. Усі елементи документа повинні бути узгоджені між собою та відповідати меті, завданням і очікуваним результатам проєкту. Рекомендовано супроводжувати статут таблицями, схемами або графічними ілюстраціями, що наочно демонструють структуру, цілі та завдання проєкту. Документ повинен бути достатньо детальним, щоб усі зацікавлені сторони могли оцінити доцільність, ефективність та перспективи реалізації проєкту.

Підсумком цього розділу є розроблений статут проєкту, який формалізує концепцію вибраного проєкту та слугує основою для подальшого планування, управління ресурсами та оцінювання результатів його реалізації.

Аналіз зацікавлених сторін

У цьому підрозділі здобувачі вищої освіти повинні провести систематичний аналіз ключових учасників проєкту – зацікавлених сторін (stakeholders), що впливають на реалізацію проєкту в креативній сфері або піддаються його впливу. Аналіз зацікавлених сторін є критично важливим для ефективного управління проєктом, оскільки дозволяє прогнозувати реакцію різних груп, визначати пріоритети взаємодії та формувати стратегії управління зацікавленими сторонами.

1. Ідентифікація зацікавлених сторін.

Першим етапом є визначення основних учасників проєкту. Рекомендовано охопити 10 – 15 ключових зацікавлених сторін, серед яких можуть бути: замовники, інвестори, спонсори, члени команди проєкту, партнери, постачальники, клієнти та користувачі продукту.

Для кожної сторони необхідно встановити її інтереси у проєкті, що можуть містити: очікувану вигоду, потребу у ресурсах, вплив на процес прийняття рішень або зацікавленість у результатах проєкту. Результати ідентифікації зацікавлених сторін відображено у табл. 3.

Зацікавлені сторони та їхні інтереси

Зацікавлені сторони	Інтерес
1.	
2.	
...	
10.	

2. Аналіз впливу та мотивації зацікавлених сторін.

Другим етапом є оцінювання зацікавлених сторін за рівнем впливовості та мотивації щодо проєкту. Це дозволяє класифікувати сторони за їхнім потенційним впливом на успіх проєкту та розробити відповідні стратегії взаємодії.

Рекомендовано використовувати матрицю оцінювання зацікавлених сторін, де:

інтерес до проєкту та мотивація оцінюють за шкалою від –10 до +10; впливовість зацікавлених сторін оцінюють за шкалою від 1 до 10.

Подати результати у вигляді картки аналізу учасників.

Результати оцінювання відображаються у табл. 4.

Матриця оцінювання зацікавлених сторін

Зацікавлені сторони	Інтерес до проєкту (+ / –), мотивація (можна оцінити за шкалою від +/-10)	Впливовість зацікавлених сторін (можна оцінити за шкалою від 1 до 10)
1		
2		
...	...	...
10		

3. Розроблення стратегії взаємодії із зацікавленими сторонами.

На підставі проведеного аналізу здобувачі вищої освіти повинні зробити висновки щодо стратегій поведінки з різними групами зацікавлених сторін. Рекомендовані стратегії можуть містити:

активне залучення – для сторін із високим впливом і високою мотивацією;

інформування та консультування – для сторін із високим інтересом, але низьким впливом;

моніторинг та контроль – для сторін із низьким інтересом, але високим впливом;

мінімальні зусилля – для сторін із низьким інтересом і низьким впливом.

Висновки підрозділу повинні містити аналітичне обґрунтування вибору стратегії взаємодії та демонструвати, як результати аналізу сприяють ефективному управлінню проєктом.

2. Практичні інструменти управління проєктом

Структуризація проєкту: побудова дерева робіт, рішень, матриці відповідальності

Структурування проєкту є ключовим етапом у його плануванні та управлінні. Воно дозволяє чітко визначити обсяг робіт, розподіл обов'язків та взаємозв'язки між учасниками, забезпечуючи ефективне виконання завдань і досягнення цілей проєкту.

У курсовій роботі студент має відобразити WBS у вигляді графічної ієрархічної структури, що містить робочі пакети та підрівні. Побудувати OBS, де визначено ролі та відповідальність виконавців за кожен робочий пакет. Скласти RACI-матрицю, що демонструє взаємозв'язок робочих пакетів і виконавців. Надати пояснення щодо вибору рівня декомпозиції, структури OBS та призначення ролей у RACI. Рекомендовано супроводжувати всі графічні матеріали коментарями та коротким аналітичним описом, що пояснює структуру та логіку розподілу завдань.

Декомпозиція проєкту та дерево робіт (WBS)

Для системного подання обсягу робіт здобувач вищої освіти має провести декомпозицію проєкту, створивши ієрархічну структуру розподілу робіт (Work Breakdown Structure – WBS). WBS дозволяє деталізувати проєкт на окремі робочі пакети та зрозуміти послідовність і взаємозв'язок між ними.

Основою декомпозиції можуть бути:

компоненти послуги або продукту, що формується у результаті реалізації проєкту;

процесні або функціональні елементи організації, що виконує проєкт;

основні фази життєвого циклу проєкту;

одиниці організаційної структури;

географічне розташування для просторово розподілених проєктів.

Декомпозицію виконують мінімум на три рівні, що дозволяє детально відобразити робочі пакети та забезпечити їхнє подальше призначення виконавцям (рис. 1).

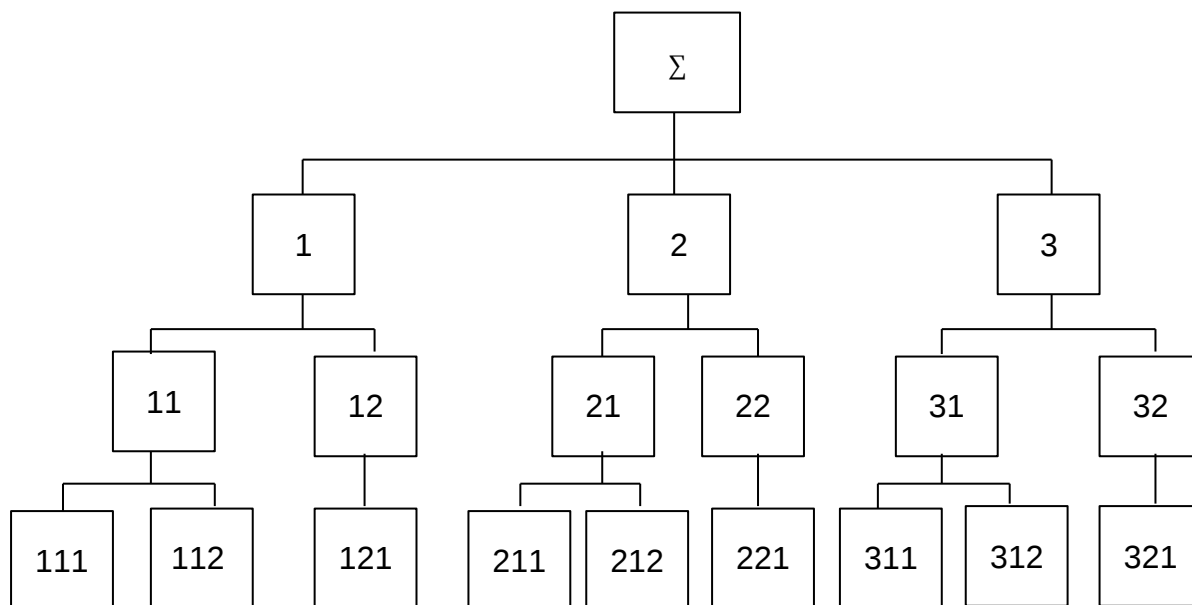


Рис. 1. Ієрархічна структура розподілу робіт (Work Breakdown Structure – WBS)

Організаційна структура виконавців (OBS/OCB)

На основі проведеного аналізу учасників проєкту формують організаційну структуру виконавців (Organizational Breakdown Structure – OBS), яка відображає розподіл ролей та обов’язків між членами команди проєкту. OBS демонструє, хто відповідає за виконання окремих робочих пакетів, та забезпечує прозорість і підзвітність процесів (рис. 2).

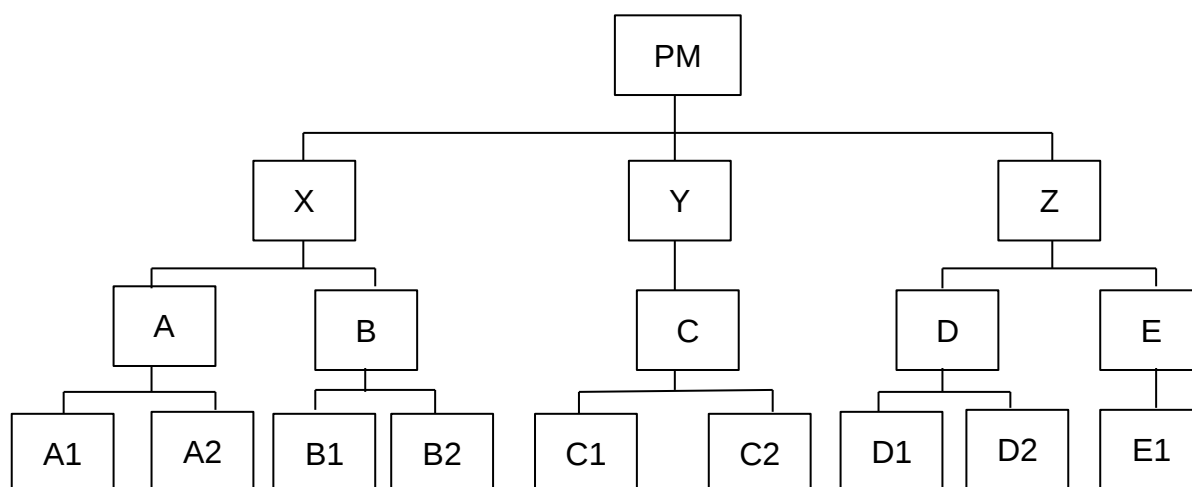


Рис. 2. Організаційна структура виконавців (OBS/OCB)

Матриця відповідальності (RACI)

Для забезпечення чіткої взаємодії між WBS та OBS слід скласти матрицю відповідальності (RACI) (рис. 3), яка пов'язує робочі пакети з конкретними виконавцями. Матриця дозволяє визначити:

(Responsible) – виконавець, відповідальний за виконання завдання;

A (Accountable) – підзвітний, який контролює та затверджує результат;

C (Consulted) – консультований, що надає експертну допомогу;

I (Informed) – поінформований, якого необхідно повідомляти про виконання завдання.

WBS \ ORG			X				Y		Z			PM
			A		B		C		D	E		
			A1	A2	B1	B2	C1	C2	D1	E1	E2	
1	11	111	R, A									I
		112					R					A
	12	121			R							
2	21	211					C		R			I
		212		R								
	22	221				R, A						
3	31	311	C					R				

Рис. 3. Матриця відповідальності (RACI)

Матриця RACI забезпечує ефективне управління завданнями, мінімізує дублювання зусиль та підвищує прозорість процесів у проекті. Кількість типів обов'язків та їхні символи повинні бути погоджені всією групою учасників.

Планування проекту в часі (розроблення діаграм PERT та Gantt)

Для ефективного планування та контролю реалізації креативного проекту в курсовій роботі необхідно розробити діаграму Ганта та PERT-діаграму, що відображають часові рамки, послідовність робіт та взаємозалежності між завданнями проекту.

Діаграма Ганта є графічним інструментом планування, що дозволяє наочно подати розклад робіт проекту у вигляді смужок на часовій шкалі. Для кожного робочого пакета слід зазначити:

дату початку та завершення;

тривалість виконання завдання;

залежності між завданнями;
контрольні точки (milestones) проекту.

Діаграма Ганта дозволяє оцінити послідовність робіт, визначити критичні етапи та своєчасно реагувати на можливі затримки. У курсовій роботі рекомендовано відобразити всі ключові робочі пакети, визначені на етапі WBS, з їхньою тривалістю та взаємозв'язками.

PERT (Program Evaluation and Review Technique) – метод управління проектом, що дозволяє аналізувати послідовність завдань, критичний шлях та часові залежності між роботами.

Для побудови PERT-діаграми здобувач вищої освіти повинен:

визначити всі завдання проекту та їхні залежності;

оцінити оптимістичний, найбільш імовірний та песимістичний час виконання кожного завдання;

побудувати мережеву діаграму, що відображає логічні зв'язки між завданнями;

визначити критичний шлях, який визначає мінімальний термін завершення проекту;

провести аналіз резервів часу для некритичних завдань.

У курсовій роботі здобувач вищої освіти має представити діаграму Ганта у графічному або табличному вигляді, де зазначені всі робочі пакети та терміни їхнього виконання.

PERT-діаграма повинна показувати всі завдання, їхню послідовність, залежності та критичний шлях.

До кожної діаграми слід додати аналітичний коментар, що пояснює логіку побудови, ключові етапи проекту, ризики затримок та взаємозв'язки між завданнями.

Графічні матеріали можуть бути виконані у програмному забезпеченні Microsoft Project, Excel, або інших спеціалізованих інструментах планування.

Розроблення діаграм Ганта та PERT дозволяє здобувачу вищої освіти не лише формалізувати план виконання проекту, але й оцінити часові та ресурсні потреби, підвищуючи якість управління креативним проектом.

Планування бюджету проекту

Планування бюджету є ключовим етапом управління креативним проектом та дозволяє забезпечити ефективне використання фінансових

ресурсів. Метою цього етапу є формування навичок визначення вартості проекту, планування доходів та витрат, а також контролю фінансових потоків у процесі реалізації.

Бюджетування на фазі планування має такі цілі:

прив'язка доходів і витрат до конкретних календарних термінів;

визначення розміру фінансових резервів проекту;

визначення джерел фінансування.

Бюджет проекту формується з двох основних складових:

кошторис надходжень – плановані доходи та джерела фінансування;

кошторис витрат – сукупність витрат на реалізацію проекту, що визначає його загальну вартість.

Кошторис витрат містить:

операційний бюджет – витрати на ресурси та виконання робіт;

управлінський резерв – фінансовий запас для непередбачених ситуацій;

бюджет непередбачених витрат.

Результатом формування бюджету є базовий план витрат, який відображає розподіл коштів за видами робіт, статтями витрат та часовими періодами. Базовий план підлягає затвердженню керівництвом проекту і включається до загального плану реалізації.

Бюджет проекту формують відповідно до плану рахунків управлінського обліку та може мати специфічну структуру залежно від потреб конкретного проекту. Основні принципи формування бюджету:

урахування особливостей проекту та специфіки ресурсів;

забезпечення прозорості фінансових потоків;

деталізація витрат за календарними періодами та видами ресурсів.

Бюджет може бути подано у різних формах:

календарні плани-графіки витрат;

матриця розподілу витрат;

стовпчасті або лінійні діаграми кумулятивних витрат;

кругові діаграми структури витрат.

Порядок виконання роботи передбачає такі етапи: спочатку здобувач вищої освіти аналізує техніко-економічне обґрунтування креативного проекту та розроблений мережевий графік робіт, щоб визначити основні статті витрат на ресурси та виконання завдань, а також встановити мінімальний період реалізації проекту. Далі на основі отриманих

даних формують бюджет витрат, який має відображати розподіл коштів за видами робіт та календарними періодами. Бюджет оформлюють у вигляді матриці розподілу витрат, що дозволяє наочно представити планування фінансів у часі. Після складання бюджету студент оформляє звіт, у якому зазначає тему та мету роботи, додає матрицю розподілу витрат і робить висновок щодо доцільності та ефективності запланованого бюджету. Усі розрахунки та висновки повинні бути логічно обґрунтовані та відповідати специфіці креативного проекту.

Бюджет та матриця витрат мають бути подано графічно та таблицьно, з чіткою прив'язкою до календарних періодів. До бюджету додають аналітичний коментар, що пояснює структуру витрат, резерви та джерела фінансування. Усі розрахунки повинні бути логічно обґрунтовані та відображати специфіку креативного проекту.

Планування бюджету дозволяє здобувачам вищої освіти набути практичних навичок управління фінансовими ресурсами та оцінювання економічної ефективності креативних проектів.

Аналіз ризиків та управління ризиками у проекті

Управління ризиками є невід'ємною складовою ефективного менеджменту проектів у креативній сфері, оскільки дозволяє прогнозувати потенційні проблеми, мінімізувати їхній негативний вплив та забезпечити успішне досягнення цілей проекту.

Мета підрозділу – ідентифікувати можливі ризики, що можуть виникнути під час реалізації проекту, оцінити їхній вплив на цілі та строки проекту і розробити заходи щодо їхнього управління. Завдання містять:

- систематизацію ризиків за категоріями (фінансові, організаційні, технологічні, ринкові, зовнішні);

- оцінювання ймовірності виникнення та потенційного впливу кожного ризику;

- розроблення стратегій реагування та планів пом'якшення ризиків.

На цьому етапі здобувач вищої освіти повинен скласти перелік ключових ризиків, що загрожують успіху проекту, та систематизувати їх за групами. Для кожного ризику слід визначити:

- джерело ризику;

- ймовірність виникнення (висока, середня, низька);

- потенційний вплив на реалізацію проекту (критичний, значний, незначний).

Для оцінювання ризиків доцільно використовувати матрицю ймовірності та впливу, що дозволяє класифікувати ризики за рівнем їхньої критичності. Здобувач вищої освіти має зазначити, які ризики потребують першочергового реагування, а які можна контролювати у процесі реалізації проекту.

Для кожного ризику розробляють стратегії управління, які можуть включати:

- уникнення – зміна плану чи підходу для виключення ризику;

- пом'якшення – заходи для зменшення ймовірності чи впливу ризику;

- перенесення – передавання ризику на третю сторону (страхування, контракти);

- прийняття – усвідомлене прийняття ризику з підготовкою плану дій у разі його настання.

У курсовій роботі здобувач вищої освіти повинен подати: таблицю або матрицю ризиків із зазначенням джерел, ймовірності, впливу та пріоритетності; план заходів управління ризиками з конкретними діями та відповідальними виконавцями; висновок щодо впливу ризиків на реалізацію креативного проекту та ефективності запропонованих заходів.

Аналіз ризиків та управління ними дозволяє забезпечити системний підхід до реалізації креативного проекту, мінімізувати потенційні негативні наслідки та підвищити ймовірність досягнення запланованих цілей у встановлені строки та з визначеним бюджетом.

Висновки

Висновок є завершальним етапом виконання курсової роботи. У висновку коротко викладено найважливіші теоретичні та практичні моменти курсової роботи, з точки зору мети та завдань курсової роботи. Послідовність висновків повинна відповідати набору цілей, поставлених у вступі.

Висновки повинні відображати:

- досягнуті результати аналізу креативного проекту, включаючи оцінювання його ідеї, концепції, цілей та цільової аудиторії;

- оцінювання реалізації проектних завдань, структуризації робіт, планування бюджету, управління ризиками та моніторингу;

- відповідність виконаних завдань встановленим цілям SMART та місії проекту;

- виявлені сильні та слабкі сторони проекту, ключові чинники успіху та потенційні загрози;

ефективність використаних методів управління проектом та інструментів контролю.

Висновки повинні бути чіткими, логічними, узагальнювальними, не повторювати текст основної частини, а формувати науково-обґрунтоване підсумкове бачення результатів дослідження.

Список літератури

Список використаної літератури розміщено після висновків. Він складається з літературних джерел, якими користувався здобувач вищої освіти під час написання курсової роботи, а саме нормативно-правових актів, підручників, монографій, статей у періодичних виданнях, вебсайтів, довідкових матеріалів тощо. Неопубліковані джерела (фінансова звітність, технічна документація, інші внутрішні документи підприємства, конспект лекцій, підготовлений здобувачем вищої освіти тощо) не включати до списку літератури. Кількість джерел залежить від новизни проблеми та ступеня її нормативного врегулювання. Виходячи з досвіду підготовки курсової роботи, рекомендована загальна кількість джерел у списку літератури має становити не менше 10 позицій. Переважають джерела, опубліковані не більше ніж за 5 років до написання дослідження.

Додатки

Курсова робота може містити додатки, що відображають відповідну інформаційну базу для проекту та бути належним чином оформлена. Також додатки можуть містити допоміжний матеріал, який використовують для комплексного сприйняття курсової роботи.

5. Вимоги до оформлення курсової роботи

Загальні вимоги

Курсова робота має бути роздрукована за допомогою комп'ютера на одній стороні аркуша білого паперу формату А4 (210×297 мм), міжрядковий інтервал 1,5, до тридцяти рядків на сторінці (крім титульного аркуша, для якого встановлено множник інтервалу 1,3).

Поля повинні бути такі: ліве – 25 мм, праве – 15 мм, верхнє – 20 мм, нижнє – 20 мм.

Шрифт основного тексту – Normal, Times New Roman, кегль 14. Не допускають виділення жирним або курсивом окремих слів чи частин тексту (крім заголовків і заголовків таблиць, рисунків).

Абзацний відступ повинен бути 1,25 см, основний текст вирівнювати по ширині. «Висячі рядки» не допускають.

Числа не можна відокремлювати від одиниць – вони повинні бути в одному рядку.

Необхідно дотримуватися єдиного стилю оформлення курсової роботи. Друк має бути чітким, чорним. Щільність тексту курсової повинна бути однаковою.

Питальні та окличні знаки в курсовій роботі неприпустимі.

Назви структурних частин курсової роботи: зміст, вступ, розділи, список використаної літератури тощо друкуються великими літерами (14 пт, жирний шрифт).

Назви розділів і підрозділів подають через один інтервал. Назви підрозділів друкують малими літерами (крім першого блоку), кегль 14, напівжирний. Між текстом попереднього підрозділу та назвою поточного підрозділу залишають пробіл. Безпосередньо після назви підрозділу пробілу немає. Крапку в кінці жодного заголовка не ставлять.

Кожен розділ починають з нової сторінки. Кожен новий підрозділ, який починається на тій самій сторінці, де закінчувався попередній, відокремлюють пробілом.

Остання сторінка кожного розділу повинна бути заповнена текстом не менше ніж на 2/3.

Нумерація

Розділи, підрозділи, рисунки, таблиці, формули позначають арабськими цифрами без знака «№».

Першою сторінкою курсової роботи є титульний аркуш, який входить до загальної кількості сторінок звіту. Титульний аркуш не нумерують.

Номери сторінок друкують, починаючи з другої сторінки вступу до кінця останньої сторінки додатків включно, у верхньому правому куті без крапки. Для нумерації сторінок використовують шрифт Times New Roman (кегель 12 пт).

Перед назвою структурного розділу ставлять його номер арабськими цифрами та крапку. Слово «розділ» не пишуть.

Структурні підрозділи нумерують у кожному розділі. Номер підрозділу складається з номера структурного розділу та номера підрозділу в цьому розділі з крапкою між цими номерами.

Списки

Для обліку певних об'єктів, подій або їхніх властивостей у звіті можуть знадобитися нумеровані або марковані списки. Загальні правила використання цих списків такі:

1. У разі досить довгих списків (що складаються з кількох речень) бажано нумерувати список. Кожен елемент списку починають з нового рядка з великою літерою в кінці крапки. Нумерацію ведуть арабськими цифрами, після номера ставлять крапку.

2. Якщо логіка вимагає реалізації нумерації елементів списку з невеликою кількістю елементів, використовують нумерований список. Нумерацію ведуть арабськими цифрами або малими літерами латинського алфавіту, після номера – дужка. Кожен елемент списку починають з нового рядка малих літер у кінцевій позиції крапки з комою. Останній пункт закінчують крапкою.

3. За потреби використовують багаторівневий список (якщо деякі або весь список містять «вкладені» списки), який має відповідати тим самим правилам, що й для групових списків елементів.

4. У всіх інших випадках використовуйте маркований список. Кожен елемент списку починають з нового рядка малих літер у кінцевій позиції крапки з комою. У кінці останнього пункту ставлять крапку. Маркери або не використовують, або використовують як маркерну лінію (штрих). Не використовуйте інші типи маркерів (коло, квітка, рука тощо).

5. Стильове оформлення списків (розмір, відступ, табуляція) має бути однаковим у всій роботі.

Рисунки

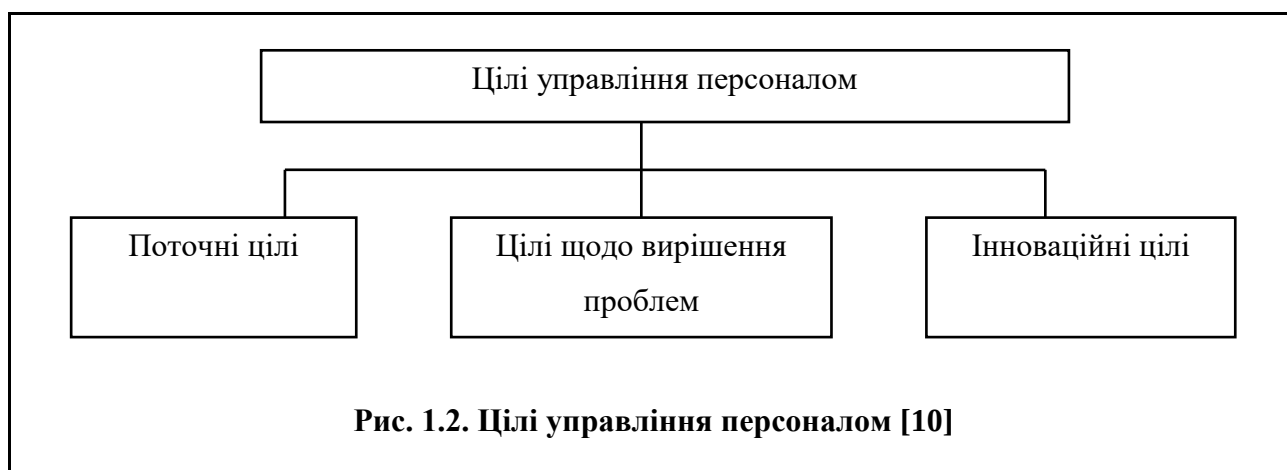
Рисунки (схеми, діаграми, графіки) повинні бути безпосередньо після тексту, де їх згадують вперше, або на наступній сторінці. Рисунки розміром більше А4 розглядають як одну сторінку і розміщують на аркушах А3 після зазначення в тексті або в додатках.

Якщо в додатку розміщено довідкову інформацію (фото, рисунки, схеми, діаграми, графіки, карти), переконайтеся, що в тексті на неї є посилання.

Кожен рисунок в основному тексті курсової роботи або додатку повинен мати посилання в тексті.

Усі ілюстрації, незалежно від того, чи є вони графіками, діаграмами, діаграмами тощо, позначають словом «Рис.» з великої літери та послідовною нумерацією у межах розділу, за винятком рисунків, поданих у додатках. Більшість рисунків повинні містити номер розділу та порядковий номер, крапку між ними. Підписи до рисунків послідовно розміщують виключно під рисунком. Номер рисунка та підпис відокремлюють крапкою, наприклад «Рис. 1.2. Цілі управління персоналом [10]». Приклад рисунка подано далі.

Рисунки повинні бути зроблені на комп'ютері і бути чорно-білими. Усі кольорові рисунки допускають лише в додатках.



Таблиці

Таблиці в розділі нумерують послідовно. Біля правого поля аркуша, залишаючи інтервал після тексту, розміщують слово «таблиця» з її номером. Більшість таблиць має складатися з номера розділу та порядкового номера таблиці, між якими ставлять крапку. Крапку після номера таблиці не ставлять, наприклад, «Таблиця 3.2», що означає другу таблицю третього розділу.

У наступному рядку симетрично до тексту дають назву таблиці. Слово «Таблиця» та назва таблиці починають з великої літери. Слово «Таблиця», її номер і назву виділяють жирним шрифтом. Під заголовком таблиці не пропускайте пробіл і розміщуйте таблицю. Зразок таблиці наведено далі.

Таблиця 3.2

**Розрахунок інтегрального оцінювання якості та ефективності
нового обладнання**

Критерії	Середнє зважений	Вага
Продюсер	4	0,36
Функціональні можливості обладнання	4,24	0,37
Гарантія	2,79	0,1
Обслуговування після продажу	1	0,06
Вартість обладнання	3,60	0,11

Кожна таблиця повинна містити заголовок з назвами стовпців (іноді – з назвами рядків). Шрифт заголовка таблиці повинен бути жирним.

Таблиці розміщують після першої згадки про них у тексті або, за відсутності місця, на наступній сторінці. Таблицю розміщують так, щоб її можна було читати без повороту роботи, або роботу переплітають з поворотом за годинниковою стрілкою.

У тексті повинні бути посилання на всі таблиці курсової роботи.

Усі частини таблиці, перенесені на інший аркуш, не мають заголовків, але на правому полі ставлять слова «Продовження табл.» та її номер, наприклад: «Продовження табл. 1.2». На останній сторінці замість «Продовження табл.» написати «Закінчення табл.». Жирним шрифтом наведено слова «Продовження табл.», «Закінчення табл.» та кількість таблиць.

Для таблиць можна використовувати шрифт 14, 12 або 10 пт Times New Roman, міжрядковий інтервал одинарний.

Таблиці розміром від 2 повних аркушів переносять у додаток.

Формули

Формули в курсовій роботі виконують за допомогою стандартних математичних редакторів Microsoft Office (наприклад, Microsoft Equation 3.0) і нумерують (якщо їх більше однієї) у межах розділу. Формули розташовують симетрично до тексту, відразу після них ставлять кому, або розділові знаки можуть бути відсутніми. Стилі всіх формул у творі мають бути однаковими.

Більшість формул складається з номера розділу та порядкового номера формули в розділі, крапки між ними. Номер формули вказано на правому полі аркуша в дужках. Між формулою та її номером і після номера формули в дужках крапка не ставлять.

Безпосередньо під формулою повинно бути пояснення всіх символів і числових значень коефіцієнтів, що використовують у формулі (включаючи символ, що вказує на величину, для якої складають формулу розрахунку), у тому порядку, у якому вони наведені в формула.

Зразок формули наведено далі.

$$AEE = I_A - C_a, \quad (1.2)$$

де AEE – річний економічний ефект, тис. грн;

I_A – додатковий маржинальний дохід протягом року, тис. грн;

C_a – додаткові витрати протягом року, тис. грн.

Відповідно до прикладу, це друга формула першого розділу.

Список літератури

Під час написання курсової роботи здобувачі вищої освіти обов'язково повинні робити посилання на вихідні матеріали або окремі результати, які викладено в курсовій роботі (теоретичні джерела, довідкові матеріали тощо), а також на таблиці, рівняння, рисунки та додатки до курсової роботи.

Якщо використовують відомості, матеріали з підручників, монографій, оглядових статей та інших багатосторінкових джерел, то в посиланні має бути точно вказано кількість сторінок, рисунків, таблиць, формул з джерела, на яке посилають у звіті.

Джерело в тексті має бути наведено з порядковим номером, зазначеним у списку літератури, у двох дужках, наприклад, «[4, с. 21–22]» (четвертий номер у списку літератури, сторінки 21–22), або «... в [14; 21; 30] ...» або [16].

Посилання на рисунок містить порядковий номер, наприклад: «рис. 1.4» малими літерами.

Посилання на формулу вказує порядковий номер формули в дужках, наприклад: «... у формулі (2.3)».

Під час посилання на таблицю в тексті скорочене слово «таблиця» пишуть з малої літери, наприклад: «... у табл. 1.4».

У повторних посиланнях на таблиці, ілюстрації та формули пишуть слово «див.», наприклад «див. табл. 1.2».

Список використаної літератури оформлюють згідно з вимогами ДСТУ 8302:2015 (приклад оформлення можна знайти за посиланням http://lib.znau.edu.ua/jirbis2/images/phocagallery/2017/Pryklady_DSTU_8302_2015.pdf).

Джерела в списку використаної літератури наводять за абеткою (в алфавітному порядку за прізвищами перших авторів або за заголовками у разі відсутності відомостей про авторів). Спочатку подають джерела українською мовою, а потім – іншомовні джерела. Нумерація джерел у списку – наскрізна.

У разі внесення окремих джерел до списку використаної літератури необхідно обов'язково наводити всі вихідні дані: ПІБ автора (авторів), назву праці, місце і назву видавництва (останнє – необов'язково), рік видання, загальну кількість сторінок (для періодичних видань – діапазон сторінок, на яких розміщена стаття, на яку роблять посилання). Крім того, під час оформлення списку літератури слід звертати увагу на такі загальні вимоги:

ініціали і прізвище автора не відривають одне від одного, тобто завжди розміщують на одному рядку;

назви та інші реквізити джерел з іноземних мов не перекладають;

скорочення слова «сторінка» («с.») завжди розміщують на одному рядку з відповідним числом;

не допускають наведення у списку літератури номера журналу (газети) як окремої позиції – позицією списку літератури може бути лише окрема стаття;

аналогічно не рекомендовано робити посилання на цілий вебсайт – позицією списку використаної літератури має бути окрема сторінка, яку оформлюють як статтю (з певними відмінностями від статті у паперовому виданні). Винятком можуть бути сайти зі статистичною, довідковою інформацією – у разі неодноразового посилання в тексті курсової роботи на різні сторінки такого сайту його допускають оформити як окрему позицію списку використаної літератури;

URL-адреса вебсайту як в основному тексті роботи, так і в списку використаної літератури не може наводитися шрифтом з підкреслюванням;

слід чітко дотримуватися вимог до пунктуації та використовуваного шрифту (згідно зі зразком), не замінюючи тире дефісом, роблячи необхідні відступи між структурними елементами позиції списку літератури і знаками пунктуації, використовуючи курсивний шрифт у ситуаціях, яких вимагає стандарт.

Зразок оформлення літературних джерел за їхніми видами наведено в додатку Б методичних рекомендацій. Слід мати на увазі, що в роботі список використаної літератури оформляють не таблицею, як це подано в додатку, а нумерованим списком.

Для формування позицій списку використаної літератури можна використовувати онлайн-генератор посилань <https://www.grafiat.com/uk/blogs/dstu-8302-2015-referencing-generator/>.

Додатки

Додатки оформляють як розширення курсової роботи безпосередньо після списку літератури, як окрему частину, і розміщують у порядку появи посилань у тексті курсової роботи. Додатки повинні починатися з титульного аркуша, на якому симетрично друкують слово **«ДОДАТКИ»**. Кожен додаток також має починатися з нового аркуша зі словом **«ДОДАТОК»** і відповідною літерою, розташованими симетрично до сторінки, виділеними жирним шрифтом. Наприклад: **«ДОДАТОК А»**. У наступному рядку його назву слід давати маленькими літерами, жирним шрифтом, наприклад: **«Організаційна структура управління підприємством»**. Слова «додатковий», «додаток», номер додатка та назву в лапках не наводять.

Додатки слід послідовно позначати великими літерами українського алфавіту, наприклад: **«ДОДАТОК А»**, **«ДОДАТОК Б»** тощо.

Рисунки, таблиці та формули в додатках пронумеровані в кожному додатку, наприклад «Рис. Е.2» – це другий рисунок **ДОДАТКА Е**, (А.1) – перша формула **ДОДАТКА А**. Рисунки, таблиці та формули в додатках повинні бути оформлені відповідно до загальних вимог до курсової роботи.

Рекомендована література

Основна

1. Гонтарева І. В. Управління проектами [Електронний ресурс] : підручник / І. В. Гонтарева. – Харків : ХНЕУ, 2011. – 444 с. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/9489>.
2. Зачко О. Б. Управління проектами: теорія, практика, інформаційні технології / О. Б. Зачко, А. І. Івануса, Д. С. Кобилкін. – Львів : ЛДУ БЖД, 2019. – 173 с.
3. Петрович Й. М. Управління проектами : підручник / Й. М. Петрович, І. І. Новаківський. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2018. – 396 с.
4. Стандарт з управління проектами та настанова до зводу знань з управління проектами (настанова PMBOK®). – 7-ме вид. – Newtown Square, Pennsylvania : Project Management Institute, 2021. – 370 с.
5. Шишмарьова Л. О. Управління проектами [Електронний ресурс] : навчальний посібник для самостійної роботи студентів спеціальності 8.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування» / Л. О. Шишмарьова. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 136 с. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/10501>.

Додаткова

6. Bezus P. Project management as a technology for optimizing resources in terms of reforming socio-economic relations: the experience of the EU [Electronic resource] / P. Bezus, N. Gavkalova, M. Mashchenko et al. // Ad Alta Journal Of Interdisciplinary Research. – 2022. – Vol. 12, issue 1. – P. 67–72. – Access mode : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27372>.
7. Pererva I. Development of creative industries and their impact on economic growth in Ukraine [Electronic resource] / I. Pererva, O. Mazorenko // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2025. – Том 36 (75). – № 2. – P. 80–86. – Access mode : <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/36269>.
8. Pererva I. Features of project management in the creative industries in the context of digital transformation [Electronic resource] / I. Pererva,

I. Gruzina // Economic bulletin of national technical university of Ukraine «Kyiv polytechnical institute». – 2025. – Vol. 34. – P. 54–59. – Access mode : <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/37649>.

9. Pererva I. M. Development of creative industries as a driver of economic growth in the digital age: international support policies and financing mechanisms [Electronic resource] / I. M. Pererva, I. A. Gruzina // Економіка та суспільство. – 2025. – Вип. 73. – Access mode : <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/36242>.

10. Pererva I. M. Digital transformation of creative industries: challenges, opportunities and the role of digital tools [Electronic resource] / I. M. Pererva, O. V. Mazorenko // Actual problems of innovative economy and law. – 2025. – No. 1. – P. 45–50. – Access mode : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/35806>.

11. Pererva I. Use of creative marketing in the implementation of enterprise strategy [Electronic resource] / I. Pererva, O. Myronova // Economics of Development. – 2023. – No. 22 (2). – P. 28–40. – Access mode : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29814>.

Інформаційні ресурси

12. Електронний каталог Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua.

13. Електронний каталог Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка. – Режим доступу : <http://korolenko.kharkov.com>.

14. Перерва І. М. Менеджмент проєктів у креативній сфері [Електронний ресурс] // Сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця. – Режим доступу : <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=12170>.

Додатки

Додаток А

Приклад титульного аркуша курсової роботи

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування

Курсова робота оцінка _____

Оцінка захисту _____

Загальна оцінка _____

Дата надходження на кафедру _____

**КУРСОВА РОБОТА
з навчальної дисципліни «МЕНЕДЖМЕНТ ПРОЄКТІВ
У КРЕАТИВНІЙ СФЕРІ»
на тему « _____ »**

назва проєкту

здобувач(-ка) вищої освіти

група 6.03.073.120.25.1

_____ Сергій ПЕРЕРВА

Комісія:

ПІБ

наук. ступінь, вчене звання

підпис

Харків, 2025

Зразки оформлення літературних джерел за їхніми видами

Таблиця Б.1

Зразки оформлення джерел у списку літератури

Вид джерела	Зразки оформлення
1	2
Закони, підзаконні акти	1. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. <i>Відомості Верховної Ради України</i>. 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 144. 2. Про Державну програму економічного і соціального розвитку України на 2010 рік : Закон України № 2278-17 від 20.05.2010 р. <i>Відомості Верховної Ради України</i>. 2010. № 33. Ст. 470. 3. Про схвалення Державної програми розвитку промисловості на 2003 – 2011 роки : Постанова Кабінету Міністрів України № 1174 від 28.06.2003 р. <i>Офіційний вісник України</i>. 2003. № 31. Ст. 1628.
Державні стандарти	1. ДСТУ ISO 9001:2001. Системи управління якістю [Чинний від 2001-06-27]. Київ, 2001. 24 с. (Інформація та документація).
Закони, підзаконні акти, стандарти, розміщені в мережі «Інтернет»	1. Про Державну програму економічного і соціального розвитку України на 2010 рік : Закон України № 2278-17 від 20.05.2010 р. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2278-17 (дата звернення: 12.10.2023).
Книги: монографії, підручники, навчальні посібники, словники тощо (один автор)	1. Близнюк Т. П. Вплив циклічності розвитку економіки на інноваційну діяльність підприємства : монографія. Харків : ФОП Александрова К. М., 2008. 352 с. 2. Жаліло Я. А. Економічна стратегія держави: теорія, методологія, практика : монографія. Київ, 2003. 362 с.
Книги: монографії, підручники, навчальні посібники, словники, тощо (два-три автори)	1. Білоус С. І., Корнійчук В. П. Філософія освіти. Переяслав-Хмельницький, 2016. 176 с. 2. Лепейко Т. І., Котлик А. В. Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства : монографія. Харків : ХНЕУ, 2012. 316 с. 3. Пономаренко В. С., Пушкар О. І., Тридід О. М. Стратегічне управління розвитком підприємства : підручник. Харків, 2002. 640 с.

1	2
Книги: монографії, підручники, навчальні посібники, словники тощо (чотири автори)	1. Лепейко Т. І., Пилипенко А. А., Пушкар О. І., Березовський К. М. Організація маркетингового управління діяльністю підприємств машинобудівного кластера в умовах глобалізації : монографія. Харків : Золоті сторінки, 2015. 664 с. або: 2. Організація маркетингового управління діяльністю підприємств машинобудівного кластера в умовах глобалізації : монографія / Лепейко Т. І. та ін. Харків : Золоті сторінки, 2015. 664 с.
Книги: монографії, підручники, навчальні посібники, словники тощо (понад чотири автори)	1. Концептуальні засади менеджменту в інформаційній економіці : монографія / Т. І. Лепейко та ін. ; під заг. ред. Т. І. Лепейко. Харків : ХНЕУ, 2010. 252 с. 2. Концептуальні засади управління підприємством як економічною системою : монографія / за заг. ред. В. О. Коюда. Харків : ХНЕУ, 2007. 414 с. 3. Менеджмент у структурах видавничо-поліграфічного комплексу : навч. посіб. / Т. І. Лепейко та ін. Харків : ХНЕУ, 2011. 352 с.
Без автора	1. Економічна енциклопедія / за ред. В. В. Шевченка. Київ : Альманах, 2016. 304 с. 2. Міжнародні відносини : монографія / за ред. М. А. Березовського. Київ : ЦУЛ, 2016. 162 с.
Частина видання (монографії)	1. Лепейко Т. І., Котлик А. В. Сучасні підходи до виділення підсистем підприємства. <i>Концептуальні засади управління підприємством як економічною системою</i> : монографія / за ред. В. О. Коюда. Харків : ХНЕУ, 2007. С. 26–47. 2. Лепейко Т. І., Мазоренко О. В. Методичний підхід до побудови моделі функціонування та розвитку підприємства. <i>Ліберманівські читання – 2010: економічна спадщина та сучасні проблеми</i> : монографія / під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. С. Пономаренка. Харків : ФОП Павленко О. Г. ; ВД «ІНЖЕК», 2010. С. 293–308.
Багатотомні видання	1. Бондаренко В. Г., Канівська І. Ю., Парамонова С. М. Теорія ймовірностей і математична статистика: у 2 ч. Київ : НТУУ «КПІ», 2006. Ч. 1. 125 с. 2. Бюджетна система України: історія, стан та перспективи : у 3 т. / Акад. прав. наук України. Львів : Право, 2012. Т. 2 : Бюджетний менеджмент / за заг. ред. Ю. П. Бубряка. 476 с. 3. Енциклопедія рослин: у 8 т. / редкол.: І. М. Деркач та ін. Київ : ЦУЛ, 2016. Т. 8. 812 с.
Перекладні видання	1. Брігхем Є. В. Основи фінансового менеджменту / пер. з англ. В. Біленького та ін. Київ : Молодь, 1997. 998 с.

1	2
Статті в періодичних виданнях (журналах, газетах)	1. Котлик А. В. Побудова системи показників для оцінки конкурентоспроможності бізнес-процесів підприємства. <i>Управління розвитком</i>. 2011. № 21 (118). С. 30–32. 2. Котлик А. В. Цілеорієнтований підхід до ідентифікації бізнес-процесів підприємства. <i>Бізнес Інформ</i>. 2013. № 2. С. 193–196. 3. Масловська Л. Ц., Савчук В. А. Оцінка результативності і ефективності виробництва органічної агропродовольчої продукції. <i>Агросвіт</i>. 2016. № 6. С. 23–28. 4. Монаєнко А. Поза чергою не рахується? Особливості звільнення суддів за порушення присяги. <i>Юридична газета</i>. 2017. 17 січ. С. 28–29. 5. Якобчук В. П. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку підприємництва в аграрній сфері. <i>Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія «Економіка»</i>. 2013. Вип. 148. С. 31–34. 6. Dankevych Ye. M., Dankevych V. Ye., Chaikin O. V. Ukraine agricultural land market formation preconditions. <i>Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis</i>. 2017. Vol. 65, No. 1. P. 259–271.
Збірники наукових праць	1. Наумов О. Б., Мартинова О. В. Концептуальні підходи до формування механізму адаптаційних систем управління якістю текстильної продукції. <i>Економіка: проблеми теорії та практики</i> : зб. наук. праць. Дніпропетровськ, 2008. Вип. 238. Т. 4. С. 968–977.
Тези доповідей на конференціях	1. Грузіна І. А. Інформатизація як передумова соціально-економічного розвитку регіону. <i>Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики</i> : матеріали II наук.-практ. конф. Харків : Вид-во НФаУ, 2013. С. 108–110. 2. Котлик А. В. Критика застосування методу радару для оцінки конкурентоспроможності підприємства. <i>Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку виробничої сфери</i> : матеріали VI Міжнар. наук.-теор. конф. молодих вчених і здобувачів вищої освіти, м. Донецьк, 21–22 трав. 2009 р. Донецьк : ДВНЗ ДонНТУ, 2009. Т. 1. С. 291–294. 3. Скидан О. В., Судак Г. В. Розвиток сільськогосподарського підприємництва на кооперативних засадах. <i>Кооперативні читання</i> : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 4–6 квіт. 2013 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2013. С. 87–91.
Автореферат и дисертацій	1. Барабась Д. О. Управління конкурентними перевагами підприємства (на прикладі підприємств швейної галузі) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Київ, 2003. 18 с.
Дисертації	1. Беседовський О. М. Прийняття управлінських рішень: процесний підхід : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Харків, 2004. 241 с.

Закінчення додатка Б

Закінчення табл. Б.1

1	2
Інтернет-ресурси: книги, статті, у тому числі без автора, сайти підприємств	1. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Товарна інноваційна політика : підручник. Суми : Унів. книга, 2007. 281 с. URL: ftp://lib.sumdu.edu.ua/Books/1539.pdf (дата звернення: 10.11.2023 р.). 2. Інформаційне суспільство: глобальне, європейське, українське. <i>E-Ukraine</i> : вебсайт. URL: http://www.e-ukraine.org.ua/book (дата звернення: 15.08.2023 р.). 3. Капітальні інвестиції за січень – вересень 2010 року : Експрес-випуск № 263 від 15.11.2010 р. <i>Державний комітет статистики України</i> : вебсайт. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2010/ibd/kindj/infin_u/infin03_10u.htm (дата звернення: 05.03.2023 р.). 4. Мазоренко О. В. Е-рекрутмент як альтернатива традиційним інструментам управління персоналом. <i>Фінансовий простір</i>. 2015. № 3 (19). URL: https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/issue/view/19 (дата звернення: 10.09.2023 р.). 5. Проєкт «Рейтинг». URL: http://alt.com.ua/ukr (дата звернення: 05.03. 2023 р.). 6. Українські енергетичні машини. URL: https://ukrenergymachines.com (дата звернення: 05.03.2023 р.). 7. Що таке органічні продукти і чим вони кращі за звичайні? <i>Екологія життя</i> : вебсайт. URL: http://www.eco-live.com.ua (дата звернення: 12.07.2023 р.).

Зміст

Вступ.....	3
Методичні рекомендації до виконання курсової роботи	7
1. Порядок виконання курсової роботи	7
2. Теми для курсових робіт	9
3. Оцінювання курсової роботи	11
4. Вимоги до структури та змісту курсової роботи	13
5. Вимоги до оформлення курсової роботи	32
Рекомендована література.....	40
Основна	40
Додаткова	40
Інформаційні ресурси	41
Додатки.....	42

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

МЕНЕДЖМЕНТ ПРОЄКТІВ У КРЕАТИВНІЙ СФЕРІ

**Методичні рекомендації
до виконання курсової роботи
для здобувачів вищої освіти
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент креативних індустрій»
першого (бакалаврського) рівня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладачі: **Перерва** Іванна Миколаївна
Мазоренко Оксана Володимирівна

Відповідальний за видання *Т. І. Лепейко*

Редактор *В. О. Дмитрієва*

Коректор *В. О. Дмитрієва*

План 2025 р. Поз. № 157 ЕВ. Обсяг 48 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61165, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*