

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Чернігівська політехніка»
Навчально-науковий інститут економіки
Кафедра *маркетингу, PR-технологій та логістики*

МАРКЕТИНГ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
з переддипломної практики
для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»
денної та заочної форми навчання
Освітня програма «Маркетинг»
Рівень вищої освіти – *другий (магістерський)*
Спеціальність 075 – *Маркетинг*
галузь знань 07 – *Управління та адміністрування*

Обговорено і рекомендовано
на засіданні кафедри маркетингу,
PR-технологій та логістики
Протокол № 2
від 15 вересня 2021 р.

Чернігів – 2021 рік

Маркетинг. Методичні вказівки з переддипломної практики для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. – Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2021. – 30 с.

Укладачі: ВЕРБИЦЬКА АННА ВІКТОРІВНА, кандидат наук з державного управління, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
БАБАЧЕНКО ЛАРИСА ВАЛЕНТИНІВНА, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
ЗАБАШТАНСЬКА ТЕТЯНА ВОЛОДИМИРІВНА, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики

Відповідальний за випуск: ВЕРБИЦЬКА АННА ВІКТОРІВНА, кандидат наук з державного управління, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики

Рецензент: Дубина М.В. д.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 4 |
| МЕТА І ЗАВДАННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ | 5 |
| БАЗИ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ..... | 6 |
| ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПЕРЕДДИПЛОМНОЮ ПРАКТИКОЮ | 7 |
| ЗМІСТ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ. СТРУКТУРА ТА ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ З ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ | 8 |
| ПІДСУМКИ ПРАКТИКИ. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИКИ | 16 |
| КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ | 18 |
| РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА | 21 |
| ДОДАТКИ..... | 23 |

ВСТУП

Переддипломна практика здобувачів вищої освіти спеціальності 075-Маркетинг є обов'язковою компонентою освітньої програми, проводиться на підприємствах, в організаціях, рекламних компаніях та інших установах будь-якої форми власності. У процесі проходження переддипломної практики здобувачі вищої освіти отримують досвід професійної діяльності, оволодівають професійними компетентностями, формують професійні якості особистості майбутнього фахівця.

Переддипломна практика здобувачів вищої освіти спеціальності 075-Маркетинг спрямована на узагальнення знань, формування практичних умінь і навичок на базі конкретного ринкового суб'єкта, оволодіння практичним досвідом та забезпечення готовності майбутнього фахівця до професійної діяльності, а також збору матеріалів для підготовки кваліфікаційної роботи.

Переддипломна практика здобувачів вищої освіти спеціальності 075-Маркетинг здійснюється відповідно до Закону України "Про вищу освіту", «Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України», затвердженого наказом Міністерства освіти України №93 від 08.04.1993 р., «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Чернігівська політехніка»», Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти Національного університету «Чернігівська політехніка» затвердженого вченою радою Національного університету «Чернігівська політехніка» 31.08.2020 р., протокол №6 та введеного в дію наказом ректора від 31.08.2020 р. № 26.

МЕТА І ЗАВДАННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Метою переддипломної практики є формування та розвиток у здобувачів вищої освіти вміння приймати обґрунтовані маркетингові рішення в умовах невизначеності, оволодіння сучасними інструментами маркетингової діяльності.

Відповідно до мети визначено такі *завдання* переддипломної практики:

- аналіз та оцінка виробничої, фінансової та маркетингової діяльності ринкового суб'єкта;
- аналіз систем оперативного, тактичного і стратегічного маркетингового планування ринкового суб'єкта;
- оцінка методів управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта;
- формування пропозицій щодо удосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

У результаті проходження переддипломної практики здобувач вищої освіти повинен *вміти*:

- проводити комплексний аналіз діяльності ринкового суб'єкта;
- оцінювати конкурентоспроможність ринкового суб'єкта а;
- здійснювати оцінку маркетингової інформації;
- визначати сегменти ринку та оцінювати їх привабливість;
- розробляти заходи товарної, цінової, збутової політики ринкового суб'єкта.

Під час проходження переддипломної практики здобувач вищої освіти (ЗВО) має набути або розширити наступні загальні (ЗКх) та спеціальні (СКх) компетентності, передбачені освітньою програмою:

| | |
|-----|--|
| ЗК1 | Здатність приймати обґрунтовані рішення. |
| ЗК3 | Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. |
| СК1 | Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. |
| СК2 | Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. |
| СК5 | Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. |
| СК6 | Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. |
| СК8 | Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. |
| СК9 | Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. |

Під час проходження переддипломної практики ЗВО має досягти та/або вдосконалити наступні програмні результати навчання (ПРН), передбачені освітньою програмою:

| | |
|------|--|
| ПР01 | Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. |
| ПР02 | Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. |
| ПР07 | Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. |
| ПР09 | Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. |
| ПР10 | Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. |
| ПР12 | Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм |

БАЗИ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Переддипломна практика здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг проводиться на базах, які відповідають меті, завданням, змісту практики.

Базами переддипломної практики можуть бути підприємства, організації та установи будь-якої форми власності в Україні та за кордоном, навчальні, виробничі та наукові підрозділи Університету, які мають належні умови для проведення практики. Перелік баз переддипломної практики за спеціальністю 075-Маркетинг знаходиться на сайті кафедри та в електронній базі навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін.

Здобувачі вищої освіти можуть пропонувати кафедрі місце проходження практики. Кафедра дає згоду про проходження практики на таких базах лише за умови, що вони відповідають встановленим вимогам для проходження переддипломної практики.

Із базами практики (підприємствами, організаціями, установами будь-яких форм власності) Університет завчасно укладає угоди на її проведення за встановленою формою. Тривалість дії договорів погоджується договірними сторонами. Вона може визначатися на період конкретного виду практики або терміном до п'яти років, у тому числі з автоматичною пролонгацією.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПЕРЕДДИПЛОМНОЮ ПРАКТИКОЮ

Основними обов'язками керівників практик від кафедри є:

- розробка та вдосконалення програми переддипломної практики, а також навчально-методичних документів;
- організація проходження практики та проведення організаційних заходів перед направленням здобувачів вищої освіти на практику, зокрема:
 - 1) інструктаж про порядок проходження практики та з техніки безпеки,
 - 2) надання здобувачам вищої освіти-практикантам необхідних документів

(направлень, угод, методичних вказівок, програми та індивідуальних завдань),

3) ознайомлення здобувачів вищої освіти із системою звітності з практики: подання письмового звіту, щоденнику, прикладу оформлення виконаного індивідуального завдання;

4) проведення зі здобувачами вищої освіти попереднього обговорення змісту та результатів практики, потреб уточнення програми тощо;

- здійснення контролю за проходженням практики здобувачами вищої освіти на базі практики;

- координація роботи керівників практики, закріплених за групами здобувачів вищої освіти, які у тісному контакті з керівниками практики від бази практики забезпечують високу якість її проходження згідно з програмою, контролюють умови праці та побуту здобувачів вищої освіти під час проходження практики;

- подання відділу з питань працевлаштування, практики та зв'язків з громадськістю Університету письмового звіту про проведення практики із зауваженнями та пропозиціями щодо поліпшення практики здобувачів вищої освіти.

Здобувачі вищої освіти Національного університету «Чернігівська політехніка» при проходженні переддипломної практики зобов'язані:

- до початку практики одержати від керівника практики кафедри інструктаж про порядок проходження практики та з техніки безпеки та консультації щодо оформлення усіх необхідних документів;

- своєчасно прибути на базу практики;

- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики та вказівками її керівників;

- вивчити й суворо дотримуватися правил охорони праці та техніки безпеки та виробничої санітарії;

- нести відповідальність за виконану роботу;

- своєчасно подати необхідні звітні документи та захистити результати практики.

За результатами переддипломної практики здобувач вищої освіти повинен вчасно підготувати до захисту такі документи:

- щоденник з відповідними відмітками;
- звіт про практику;
- результати виконання індивідуального завдання (можуть міститися у звіті).

ЗМІСТ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ. СТРУКТУРА ТА ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ З ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Проходження переддипломної практики повинно відповідати календарному плану (Табл. 1).

Таблиця 1 – Орієнтовний календарний план переддипломної практики

| № п/п | Етапи роботи | Тижні |
|----------|--|-------|
| 1 | Організаційні питання, інструктаж з питання техніки безпеки, ознайомлення з базою практики, узгодження плану та програми практики з керівником | I |
| 2 | 1. Загальна техніко-економічна характеристика підприємства | |
| 3 | 1.1 Загальна характеристика господарської діяльності підприємства | I |
| 4 | 1.2 Характеристика особливостей продукції підприємства | I |
| 5 | 1.3 Розрахунок основних показників діяльності підприємства. | II |
| 6 | 1.4 Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства | II |
| 7 | 2. Аналіз ринку підприємства (конкурентного маркетингового середовища) | |
| 8 | 2.1 Аналіз кон'юнктури ринку | III |
| 9 | 2.2 Дослідження покупців | III |
| 10 | 2.3 Дослідження конкурентів | III |
| 11 | 3. Аналіз управління маркетингом на підприємстві | |
| 12 | 3.1 Аналіз товарної політики | IV |
| 13 | 3.2 Аналіз цінової політики | V |
| 14 | 3.3 Аналіз політики розподілення підприємства | VI |
| 15 | 3.4 Аналіз комунікаційної політики підприємства | VII |
| 16 | 4. Виконання індивідуального завдання. Формування пропозицій та їх економічне обґрунтування | VIII |
| 17 | Підведення підсумків практики. Формулювання висновків та пропозицій | VIII |
| 18 | Захист звіту з практики | VIII |

Проходження переддипломної практики передбачає вивчення:

- структурної побудови відділу маркетингу, розподілу його функцій між підрозділами (виконавцями);
- організації зв'язків відділу маркетингу з іншими підрозділами підприємства та із зовнішніми контрагентами;
- структуру документообігу відділів, що виконують маркетингові функції.

Вивчення організації роботи під час переддипломної практики щодо основних маркетингових політик підприємства передбачає такі напрямки:

В аспекті управління товарною політикою:

- параметри якості товару, які можливо виділити та охарактеризувати на підприємстві;
- структура асортименту;
- використання товарних марок;
- життєвий цикл товару;
- концепція упаковки продукції;
- сервісні послуги, що супроводжують товар.

В аспекті управління цінової політикою на підприємстві:

- аналіз структури витрат;
- особливості ціноутворення на підприємстві;
- аналіз конкретного механізму ціноутворення;
- оцінку видів та функції цін;
- аналіз цінової стратегії.

В аспекті управління збутовою політикою:

- формування каналів збуту;
- основні логістичні потоки;
- вибір та транспорту для фізичного переміщення та організації збуту;
- управління запасами;
- маркетингові заходи в оптовій та роздрібній торгівлі.

В аспекті комунікаційної політики:

- оцінки складових комунікаційного комплексу підприємства;
- організації реклами та її ефективності;
- аналіз застосування мережі Інтернет (соціальних мереж);
- застосування засобів стимулювання збуту;
- здійснення роботи з громадськістю;
- залучення основних форм прямого маркетингу.

Проходження практики на торговельно-посередницьких підприємствах має враховувати специфіку їх діяльності та передбачати вивчення чинної практики:

- встановлення комерційних зв'язків і договірних відносин з продавцями та покупцями продукції;
- складання і подання замовлень на поставку товарів;
- організації завезення товарів на підприємство;
- організація контролю за виконанням договорів поставки і претензійної роботи;
- організації планування та контролю стану товарних запасів і їх регулювання;
- складання оперативних планів відправлення (відпуску) товарів одержувачем;
- організації відправлення (відпуску) товарів одержувачам;
- контролю та аналізу виконання договорів (замовлень) щодо продажу товарів.

Проходження практики в інших установах та організаціях має враховувати специфіку їх господарської діяльності та відображатися у звіті.

Індивідуальне завдання переддипломної практики відповідає тематиці кваліфікаційної роботи.

Результати індивідуального завдання повинні бути відображені в звіті про проходження переддипломної практики.

Структура звіту з переддипломної практики містить такі складові частини: **вступ, розділи звіту, висновки, список використаних джерел, додатки.**

Вступ. Має містити обґрунтування мети та завдання практики, окреслювати напрями досліджень, визначати цілі, яких планується досягти.

Основні розділи звіту:

1. Загальна техніко-економічна характеристика підприємства

Даний розділ має містити загальну характеристику господарської діяльності підприємства (сфера діяльності, форма власності, основна продукція та ін.), характеристику особливостей продукції підприємства, напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У даному розділі слід навести показники діяльності підприємства в динаміці, зокрема:

- обсяг реалізації продукції (послуг);
- собівартість, прибуток, рентабельність;
- витрати на маркетинг та основні види маркетингової діяльності;
- чисельність працюючих та їх структура, чисельність робітників, зайнятих маркетинговою діяльністю;
- характеристика і оцінка маркетингової стратегії підприємства;

2. Аналіз ринку підприємства (конкурентного маркетингового середовища)

Даний розділ має містити аналіз ринку підприємства, зокрема до нього доцільно включити такі питання:

Аналіз кон'юнктури ринку: показники місткості ринку, визначити частку ринку, оцінити рівень та динаміку цін, охарактеризувати ділову активність, а також тенденції та перспективи розвитку ринку; оцінка впливу сучасних факторів макро- та мікро середовища підприємства; таблицю SWOT-аналізу.

Дослідження покупців. На конкретному прикладі (виділений сегмент, група товарів, окрема ТМ) провести маркетингове дослідження. Для цього необхідно:

- сформулювати цілі дослідження;
- визначити та проаналізувати джерела вторинної інформації;
- визначити необхідність та розробити методологію збору первинної інформації;

- обґрунтувати вибірку дослідження, описати етапи організації збору інформації;

- розробити анкету для опитування споживачів;
- провести опитування чи спостереження.

Зібрану інформацію слід обробити та представити у вигляді таблиць, графіків, діаграм. На основі проведених досліджень охарактеризувати цільовий ринок підприємства, виділити можливі сегменти та оцінити їх привабливість.

Дослідження конкурентів: визначити основних конкурентів підприємства, оцінити їх ринкове становище, визначити сильні та слабкі сторони.

3. Аналіз управління маркетингом на підприємстві

Аналіз товарної політики. У цьому підрозділі проаналізувати:

- визначити показники якості продукції, оцінити товар в процесі споживання за властивостями функціонального призначення, ергономіки, дизайну, екологічності, підрахувати показник конкурентоспроможності товару;
- визначити та охарактеризувати етапи життєвого циклу товару;
- оцінити показники асортименту (широта, насиченість, глибина);
- оцінити політику використання та присвоєння товарних марок;
- застосування упаковки та маркування продукції.

Аналіз цінової політики. У цьому підрозділі проаналізувати:

- матеріальні витрати підприємства;
- загальну стратегію ціноутворення;
- визначити фактори, що впливають на формування ціни;
- маркетингові методи ціноутворення, що використовуються на підприємстві;

- види та способи пристосування цін до змін ринкової ситуації.

Аналіз політики розподілення підприємства. У цьому підрозділі проаналізувати:

- стратегію збуту / продаж;
- процес формування каналів збуту;
- організацію товарного руху;

- маркетингові заходи, що використовуються в оптовій та роздрібній торгівлі.

Аналіз комунікаційної політики підприємства. У цьому підрозділі проаналізувати:

- комплекс маркетингових комунікацій підприємства;
- динаміки витрат на комунікації;
- особливостей застосування реклами;
- застосування засобів стимулювання збуту;
- застосування персонального продажу;
- форми прямого маркетингу.

4. Індивідуальне завдання. Формування пропозицій та їх економічне обґрунтування

Індивідуальне завдання розробляється та видається керівником кваліфікаційної роботи кожному здобувачеві вищої освіти. Зміст індивідуального завдання повинен враховувати конкретні умови та можливості підприємства (організації, установи) та відповідати потребам ринку. На основі проведеного аналізу в індивідуальному завданні потрібно сформулювати пропозиції щодо удосконалення організації маркетингової діяльності та визначення стратегічних напрямів розвитку ринкового суб'єкта.

Індивідуальне завдання включає:

- формування загальної стратегії (матричний аналіз);
- план конкретних маркетингових заходів;
- план виробництва (якщо розглядається організація виробництва товарів);
- бюджет на маркетинг (витрати на дослідження, комунікації, організацію збуту);
- визначення терміну окупності заходів (розрахунок беззбитковості для виробництва);
- розрахунок цін, система знижок;
- пропозиції щодо застосування маркетингових комунікацій;

- прогноз продажу;
- прогнозний звіт про прибутки та збитки;
- висновки про фінансові можливості та економічну доцільність реалізації заходів, що пропонуються.

Висновки складаються з коротких оцінок та узагальнень стосовно відповідних аспектів діяльності підприємства, а також пропозицій, які мають бути обґрунтовані та виважені.

Звіт повинен мати додатки: таблиці планово- економічних розрахунків та аналізу, схеми, графіки; заповнені форми документів, що застосовуються в діяльності підрозділу.

Звіт з переддипломної практики необхідно оформити відповідно до таких вимог:

- Текст звіту має бути поданий українською мовою, надрукований на принтері на одному боці аркуша паперу формату А4; сторінки нумеруються у правому верхньому куті.
- Загальний обсяг звіту повинен бути в межах 30-35 сторінок.
- Сторінка тексту обмежується полями: лівим — не менше за 30 мм, правим — не менше за 10 мм, верхнім — не менше за 15 мм, нижнім — не менше за 15 мм. Відстань між заголовком і текстом — 15—20 мм.
- Текст кожної структурної частини (тобто, вступу, розділу, висновків, списку джерел, додатки) починається з нової сторінки.
- Підрозділи звіту нумеруються арабськими цифрами послідовно в усьому тексті. Нумерація частин тексту, що містять закінчений виклад окремих важливих проблем які входять до складу підрозділу, включає номер підрозділу і порядковий номер цієї частини в межах підрозділу (наприклад 1.1, 1.2, 1.3 і т. ін.).
- Заголовки друкуються з абзацного відступу, з великої літери, без крапки в кінці та без підкреслень.
- Таблиці та рисунки (за винятком поданих у додатках) нумерують

попередньо в межах розділу. В правому верхньому куті над заголовком таблиці розміщують надпис "Таблиця" із зазначенням номеру, наприклад: "Таблиця 1.2" (друга таблиця першого розділу). На всі таблиці, рисунки, схеми у тексті необхідно наводити посилання, при цьому слова "таблиця" і "рисунок" в тексті пишуться скорочено - "рис." і "табл.", назви таблиць повинні відображати основний зміст числової інформації.

- Порядковий номер рисунку теж складається з номеру розділу та номеру рисунка, наприклад: "Рис. 2.3" - третій рисунок другого розділу. Назва рисунку розміщується під ілюстрацією.

- Номер формули розташовують біля правого берега аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад (3.1).

Разом зі звітом здобувач вищої освіти має подати до захисту щоденник з практики із відповідними відмітками та печатками.

ПІДСУМКИ ПРАКТИКИ. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИКИ

Після закінчення строку проходження практики здобувачі вищої освіти у письмовому вигляді звітують про виконання плану та індивідуального завдання практики. Загальна форма звітності здобувача вищої освіти за практику – це подання письмового звіту, підписаного і оціненого безпосередньо керівником від бази практики, а також керівником практики від кафедри.

Письмовий звіт разом зі щоденником подається на рецензування керівникові практики від кафедри.

У звіті мають бути відомості про виконання здобувачем вищої освіти усіх розділів програми практики та індивідуального завдання, розділи з охорони праці та техніки безпеки, висновки та пропозиції, список використаних джерел.

Форма щоденника, титульний аркуш та остання сторінка звіту переддипломної практики розміщені в електронній базі навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін.

Здобувачі вищої освіти звітують про проходження практики перед

комісією, призначеною завідуючим кафедрою, до складу якої входять керівники практики від кафедри. Комісія приймає звіт у здобувачів вищої освіти в університеті протягом перших трьох днів після закінчення переддипломної практики. Оцінка за практику вноситься до заліково-екзаменаційної відомості і індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти за підписами членів комісії.

Оцінювання результатів практики здійснюється за національною шкалою та шкалою ECTS. Залікові відомості з практик, що проводяться влітку, викладач підписує та здає особисто в деканат (дирекцію) протягом перших трьох днів після закінчення практики.

Результати оцінювання практики можуть бути оскаржені здобувачами вищої освіти у порядку, що регламентується «Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Національного університету «Чернігівська політехніка».

Здобувачу вищої освіти, який не приступив до практики своєчасно з поважних причин призначається проходження практики в інший період (відповідно до індивідуального графіку та наказу ректора). У разі отримання незадовільної оцінки за проходження практики, ліквідація заборгованості здійснюється у порядку, що регламентується «Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Національного університету «Чернігівська політехніка»».

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Загальна оцінка результатів проходження переддипломної практики здійснюється з урахуванням оцінки за звіт та публічний захист практики і становить сумарний підсумок. При оцінюванні звіту враховується письмове оформлення звітної документації, ступінь реалізації індивідуального завдання, відгук керівників від бази практики та від кафедри, додержання календарного плану (Табл. 2).

Таблиця 2 – Критерії оцінювання звіту результатів переддипломної практики

| Структура звіту | Бали |
|---|-------------|
| Структура звіту складена з додержанням усіх установлених вимог і містить усі необхідні елементи | 10 |
| У цілому структура звіту побудована згідно з вимогами, однак не містить хоча б одного обов'язкового елемента | 5 |
| Побудова структури звіту не відповідає встановленим вимогам (розподілу на розділи та інші обов'язкові елементи немає, матеріал подано загальним текстом без структуризації) | 0 |
| Оформлення звіту | |
| Звіт оформлено з додержанням усіх установлених вимог | 10 |
| У цілому звіт оформлено згідно з вимогами, але мають місце незначні відхилення від технічних вимог щодо його оформлення або окремі некоректності, які не мають істотного значення. | 5 |
| Наявні грубі порушення вимог щодо оформлення звіту або окремих його частин, текст звіту не вивірений на предмет наявності граматичних чи стилістичних помилок. | 0 |
| Зміст звіту | |
| Звіт містить усю необхідну інформацію щодо процесу організації та результатів проходження практики: реалізацію індивідуального завдання; матеріали звіту охоплюють всі розділи програми. Відгук керівника від бази практики містить високу позитивну оцінку і засвідчує, що програму практики виконано повною мірою і належним чином. | 50 |
| Звіт у цілому висвітлює необхідну інформацію, передбачену вимогами, охоплює при цьому обидва етапи практики, містить високу позитивну оцінку керівника від бази практики, однак наявні несуттєві зауваження. Зі змісту можна зробити висновок, що програму практики виконано повною мірою і належним чином. | 40 |
| Звіт свідчить про виконання програми практики в цілому, переважно охоплює необхідну інформацію, яка є дещо поверхневою, висновки не містять належної аргументації. Відгук керівника від бази практики в цілому позитивний. | 30 |

| | |
|--|----|
| Програму практики виконано на задовільному рівні, її результати висвітлено у звіті, який при цьому містить певні неточності або не містить важливої інформації, або мають місце інші суттєві зауваження до змісту звіту. Відгук керівника від бази практики в цілому позитивний. | 20 |
| Звіт не відповідає встановленим вимогам щодо змісту, не містить належної інформації про зміст, форму організації та контролю діяльності, здійснюваної під час проходження практики або окремого її етапу, містить грубі змістові помилки, або негативний відгук керівника від бази практики, що дозволяє зробити висновок про невиконання або неналежне виконання програми практики. | 0 |
| У разі невідповідності письмового звіту встановленим вимогам щодо його змісту та оформлення (одержання менше 15 балів) звіт не допускається до усного захисту і повертається на доопрацювання. | |
| Захист звіту | |
| Здобувач вищої освіти демонструє належні знання, вільно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі практики в цілому, чим підтверджує її виконання; надає правильні й аргументовані відповіді на всі запитання з програми практики. | 10 |
| Здобувач вищої освіти демонструє належні знання, переважно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі практики, однак у відповідях на запитання припускається окремих неточностей. | 5 |
| Здобувач вищої освіти не дає задовільних відповідей по суті поставлених запитань, не орієнтується у програмі практики або в окремих її частинах, або припускається грубих помилок, що дають змогу зробити висновок про невиконання або неналежне виконання програми практики, свідчать про відсутність реальних результатів практики і набутих практичних навичок та вмій (у такій ситуації оцінка за письмовий звіт не враховується і виставляється загальна оцінка за практику «0 балів»). | 0 |
| За наявності негативної характеристики керівника від бази практики або керівника від кафедри позитивна оцінка практики є неможливою. У випадку, якщо Здобувач вищої освіти не виконав програму практики хоча б за одним з етапів практики й одержав 0 балів за відповідний звіт, то бали, одержані за інші звіти, не враховуються, і виставляється загальна негативна оцінка за результатами проходження практики. | |

Ведення щоденника практики

| Критерії оцінювання | Бали |
|---|-------------|
| Щоденник оформлено належним чином, він містить повну інформацію про діяльність практиканта, містить позитивні характеристики керівника | 10 |
| Щоденник у цілому містить належну інформацію, однак оформлений з порушенням установлених вимог. Відгук керівника від бази практики та керівника від кафедри – у цілому позитивні. | 5 |
| Щоденник оформлений з порушенням установлених вимог, не містить передбаченої ним інформації (зокрема щодо змісту виконаних завдань). Відгук керівника від бази практики та керівника від кафедри – негативні | 0 |
| У разі якщо щоденник містить негативний відгук керівників від бази практики та/або від кафедри, результати оцінки за іншими об'єктами контролю не враховуються і виставляється загальна негативна оцінка за проходження практики. | |

Виконання календарного плану практики

| Критерії оцінювання | Бали |
|--|------|
| Здобувач вищої освіти чітко дотримувався календарного плану проходження практики та графіка індивідуально-консультативної роботи з керівником практики від кафедри, сумлінно та вчасно виконував усі рекомендації керівника, вчасно звітував про результати проходження відповідних етапів практики. | 10 |
| Здобувач вищої освіти у цілому дотримувався календарного плану проходження практики та графіка індивідуально-консультативної роботи з керівником практики від кафедри, однак допускав відступи від його рекомендацій, які вплинули на якість практики, не завжди вчасно подавав звіти про проходження практики. | 5 |
| Здобувач вищої освіти не дотримувався календарного плану проходження практики та графіка індивідуально-консультативної роботи, ухилявся від консультацій керівника практики від кафедри, систематично порушував установлені терміни виконання завдань, наданих керівником, та відповідних звітів про проходження практики. | 0 |

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Законодавча

1. Про освіту : Закон України від 05 вересня 2017 р. № 2145-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.
- 2 Про вищу освіту : Закон України від 01 липня 2014 р. № 1556-VII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
3. Про рекламу : Закон України від 03 липня 1996 р. № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
4. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
5. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07 червня 1996 р. №236/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
6. Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти Національного університету «Чернігівська політехніка» : Положення від 31 серпня 2020 р. Введено в дію наказом ректора від 31 серпня 2020 р. № 26. URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2021/03/p-prakt.pdf>.

Базова

1. Балацький Є.О., Бондаренко А.Ф. Маркетинг : навчальний посібник. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/50349/4/Balatskiy_Bondarenko_Marketing.pdf;jsessionid=B583588908463A4FEC73BVBVCB16725D
2. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу : навчальний посібник. Київ : Знання, 2011. 595 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/36515>
3. Єрмошенко М.М., Єрохіна С.А. Маркетинг : підручник. Київ : Національна академія управління, 2011. 632 с. URL: <https://nam.kiev.ua/files/publications/978-966-8406-42-3-pos.pdf>
4. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика : навчальний посібник. Харків : УкрДАЗТ, 2015. 190 с. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2368/1/%D0%9D%D0%9F.pdf>
5. Король І.В. Маркетингові комунікації : навчально-методичний посібник. Умань : Візаві, 2018. 191 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1989_11431907.pdf
6. Маркетинг / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Київ : «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL: <https://kmaesm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/starostina-a.o.-kravchenko-v.a.-prygara-o.yu.-yarosh-dmytrenko-l.o.-2018-marketyng.pdf>
7. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 240 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1418_76066421.pdf
8. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навчальний посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf
9. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : Видавництво, 2014. 284 с. URL: http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/marketing.pdf

Допоміжна

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2010. 720 с.
2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2014. 246 с.
3. Лилик І.В., Кудирко О.В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні вправи. Практикум.: навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2010. 313 с.
4. Мельник О. В. Нові концептуальні підходи в логістиці. *Ефективна економіка*. 2013. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
5. Майборода О.О. Маркетингова політика комунікацій: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Київ : Стилос, 2011. 294 с.
6. Майовець Є.Й. Маркетингові комунікації : навчальний посібник. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. 191 с.
7. Маркетингова політика комунікацій : навчально-методичний посібник. Київ : КНУТД, 2010. 111 с.
8. Маркетинг / за ред. А.Ф. Павленко. Харків: Діалог, 2016. 292 с.

9. Навчальний посібник «Маркетингова діяльність підприємства» / за ред. О.П. Косенко. Харків : НТУ «ХП», 2018. 108 с.
10. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 364 с.
11. Стельмащук Н. А. Основи маркетингу: конспект лекцій. Хмельницький : Крок, 2012. 232 с.
12. Шевчук В.Р. Стратегічний управлінський облік як система інформаційної підтримки конкурентної стратегії підприємства. *Вісник національного університету "Львівська політехніка"*. 2012. № 722. С. 281-284.

Національний університет «Чернігівська політехніка»

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

(вид і назва практики)

Здобувача вищої освіти _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет _____

Кафедра _____

Ступінь вищої освіти _____

напря́м підготовки _____

освітня програма _____

(назва)

_____ курс,

група _____

Здобувач вищої освіти _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, організацію, установу

Печатка
підприємства, організації, установи „____” _____ 20__ року

(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи

Печатка
Підприємства, організації, установи “ ____ ” _____ 20__ року

(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА»**

ЗВІТ

про виконання програми переддипломної практики

здобувача вищої освіти

—

(прізвище, ім'я, по батькові)

групи _____

напряму підготовки (спеціальність) _____

освітньої програми _____

ступінь вищої освіти _____

бази практики _____

(повна назва)

Керівник практики
від кафедри/від бази практики

Керівник практики

(посада, прізвище, ініціали)

(посада, прізвище, ініціали)

