

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

ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності 075 «Маркетинг» галузь знань 07 – Управління та адміністрування
денної та заочної форми навчання

Обговорено і рекомендовано
на засіданні кафедри маркетингу,
PR-технологій та логістики
Протокол № 8
від 22 червня 2023 р.

Чернігів 2023

Переддипломна практика. Методичні вказівки для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» галузь знань 07 – Управління та адміністрування денної та заочної форми навчання. – Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2023. – 30 с.

Укладачі: ВЕРБИЦЬКА АННА ВІКТОРІВНА, кандидат наук з державного управління, доцент, 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, доцент, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики

Рецензент: Петрик О.Л., к.держ.упр., доцент, доцент кафедри кримінального права та правосуддя НУ «Чернігівська політехніка»

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.....	9
ПІДСУМКИ ПРАКТИКИ. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИКИ.....	16
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ.....	17
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	20
ДОДАТКИ.....	22

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 (зі змінами, внесеними згідно із рішенням Вченої ради від 31.08.2021, протокол №7, та наказом ректора № 135 від 31.08.2021 зі змінами, внесеними згідно із рішенням Вченої ради від 27.12.2022, протокол №9, та наказом ректора № 1060/ВС від 27.12.2022; зі змінами, внесеними згідно із рішенням Вченої ради від 24.04.2023, протокол №5, та наказом ректора № 57/ВС від 24.04.2023).

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.

Здобувач вищої освіти, який офіційно працевлаштований на підприємстві, в установі чи організації на посаді, що відповідає спеціальності, за якою здобувається вища освіта, має право на зарахування практики на підставі відповідної заяви здобувача вищої освіти з візою керівника практики від кафедри, до якої додається довідка з місця роботи за фахом. У даному випадку угода на проведення практики між Національним університетом «Чернігівська політехніка» та підприємством, або установою чи організацією не укладається, направлення на практику здобувачеві вищої освіти не видається. Проте за

здобувачем вищої освіти залишається обов'язок підготовки звітної документації та захисту письмового звіту перед комісією, що створюється на кафедрі.

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 ціновою 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 відобразитися 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 послідовно 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).

ПІДСУМКИ ПРАКТИКИ. ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ПРАКТИКИ

Після закінчення строку проходження практики здобувачі вищої освіти

звітують про виконання плану та індивідуального завдання практики. Загальна форма звітності здобувача вищої освіти про результати проходження практики – це подання письмового звіту.

Звіти про результати проходження практики оформлюються в письмовому вигляді, підлягають оцінці та підписуються безпосередньо керівником від бази практики (підписи скріплюються печатками організації, окрім випадків, коли у суб'єкта господарювання печатки немає). Після цього здобувачі вищої освіти розміщують електронний варіант сканованих копій вищеназваних звітних документів у системі дистанційного навчання Moodle, і керівники практики від кафедри проводять їх рецензування.

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. Оформлюється звіт за вимогами, встановленими цими методичними вказівками.

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 останні дні проходження практики на базах практики або в університеті протягом перших трьох днів після закінчення практики.

Оцінювання результатів практики здійснюється за національною шкалою та шкалою ECTS. Результати захисту практики вносяться керівником практики в особистому електронному кабінеті в автоматизованій системі управління Університету (АСУ «ВНЗ») до електронної відомості обліку успішності.

У разі отримання незадовільної оцінки за захист практики, перескладання здійснюється за графіком, установленим дирекцією ННІ (деканатом, дирекцією центру) і допускається не більше двох разів. Перший раз науково-педагогічному працівнику, який приймав залік під час заліково-екзаменаційної сесії, при другому перескладанні – комісії, яка створюється розпорядженням директора (декана). Для документального оформлення результатів ліквідації академічної заборгованості здобувачів вищої освіти в АСУ «ВНЗ» працівниками дирекції ННІ (деканату, дирекції центру) формується ліквідаційна електронна відомість, яку НПП

заповнює у визначений день ліквідації академічної заборгованості.

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.	20
Здобувач вищої освіти демонструє належні знання, переважно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі практики, однак у відповідях на запитання припускається окремих неточностей.	10

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 проневиконання або неналежне виконання програми практики, свідчать про відсутність реальних результатів практики і набутих практичних навичок та вмінь (у такій ситуації оцінка за письмовий звіт не враховується і виставляється загальна оцінка за практику «0 балів»).	0
<p>За наявності негативної характеристики керівника від бази практики або керівника від кафедри позитивна оцінка практики є неможливою.</p> <p>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.</p>	

Виконання календарного плану практики

Критерії оцінювання	Бали
Здобувач вищої освіти чітко додержувався 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 додержувався 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 додержувався 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

Нормативно-правові акти

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/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/polozhennya-pro-provedennya-praktyky-zvo.pdf>.

Основна

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=B583588908463A4FEC73BBBCBC16725D
2. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства: навчальний посібник : рекомендовано МОН України. Київ: Центр учбової літератури, 2017.
3. Григорук П.М., Хрущ Н.А. Методологія і організація наукових досліджень: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2017. 206 с.
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. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: підручник. Суми: Університетська книга, 2017.
6. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Товарна інноваційна політика: підручник. Суми: Університетська книга, 2018.
7. Король І.В. Маркетингові комунікації : навчально-методичний посібник. Умань : Візаві, 2018. 191 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1989_11431907.pdf
8. Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Романова Л.В., Антофій Н.М. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 364 с.
9. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2017.
10. Навчальний посібник «Маркетингова діяльність підприємства» / за ред. О.П. Косенко. Харків : НТУ «ХП», 2018. 108 с.
11. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2021.
12. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: ЦУЛ, 2020.
13. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2018.
14. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Київ: Студцентр, 2022.
15. 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-KRYVESHO_FINAL_ALL.pdf
16. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг. Київ : «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL: <https://kmaesm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/starostina-a.o.-kravchenko-v.a.-prygaro-o.yu.-yarosh-dmytrenko-l.o.-2018-marketynng.pdf>
17. Череп О.Г. Маркетинг: навч. посіб. 2020. 728 с.

Допоміжна

18. Moskalenko V, Riabchenko I. Analysis of The Domestic and International Innovation Market Considering the Impact of COVID-19. *Modern Economics*. №33. 2022. С. 64-71.
19. Онорко О., Polkovnychenko S., Khomienok M. Implementation of the marketing complex in the football club. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 1. С.132-141.
20. Polkovnychenko S., Murai A. Study of the Competitiveness of Ukraine in the European market of tourist

services. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 2. С.112-120.

21. Riabova T., Riabov I., Vovchanska O., Li T., Saienko V. Peculiarities of digital marketing in the era of globalization: an analysis of the challenges. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*. 2022. Том 6 № 47. С. 160-171. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3940/3712>.

22. Shyian N., Moskalenko V., Shabynskyi O., Pechko V. Milk price modeling and forecasting. *Agricultural and Resource Economics*. 2021. Vol. 7, No. 1. С.81 – 96.

23. Verbytska A. Marketing budget for launching a startup product. *Інфраструктура ринку*. Випуск 58. 2021. С. 34-37. <https://doi.org/10.32843/infrastruct58-7>.

24. Verbytska A., Vabachenko L. Communication strategy development algorithm for B2C startups. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип. 5 (28). С. 51-55.

25. Verbytska. A. Advantages of social media marketing as a lead generation channel for startups. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2022. No2 (78). С. 72-78.

26. Zabarna E., Riabova T., Riabov I., Pysarenko N., Mostova A. Analysis of digital marketing trends in 2022-2023 of the global fuel and energy complex (experience for Ukraine). *Calitatea quality access to success*. 2023. № 24 (192). P. 360-367. URL: <https://doi.org/10.47750/QAS/24.192.43>.

27. Бабаченко Л.В., Москаленко В.А., Марченко А.О. Сучасні тенденції застосування інструментів digital-marketing в діяльності підприємства. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2019. Вип. 4. С. 20-29. URL: <https://visnyk.mnau.edu.ua/n104v4r2019>.

28. Вербівська Л.В. Стратегічний розвиток електронного бізнесу в системі національної економіки України: теорія, методологія, практика: монографія. Чернігів: РВВ НУ "Чернігівська політехніка", 2021.

29. Горбаченко С.А., Карпов В.А., Шевченко-Перепьолкіна Р.І. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Київ: Кондор, 2019. 320 с.

30. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. Поведінка споживачів: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 284 с.

31. Лисенко, І.В. Ільчук В.П., Вербицька А.В. (2023). The role of marketing innovations in product policy of enterprises. *Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2023, №1, С. 203-211.

32. Москаленко В.А. Механізм впровадження системи управління витратами на підприємствах агропромислового виробництва. *Агроекологічний журнал*. 2021. №1. С.196 – 205.

33. Москаленко В.А. Управління витратами сільськогосподарських підприємств. *Економіка та сусільство*. 2018. №19. URL: <http://economyandsociety.in.ua>.

34. Москаленко В.А., Летошко К.А. Управління маркетинговим комплексом підприємства: поняття, принципи, методи. *Інфраструктура ринку*. Випуск 25, 2018. URL: http://marketinfr.od.ua/journals/2018/25_2018_ukr/82.pdf.

35. Наторіна А.О. Концепти управління розвитком онлайн-бізнесу в умовах цифрової трансформації: монографія. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020.

36. Палеха Ю.І., Горбань Ю.І. Інформаційний бізнес: підручник. Київ: Ліра-К, 2021.

37. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Маркетинг сталого туризму: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2020. 256 с.

УГОДА № _____
на проведення практики здобувачів вищої освіти
Національного університету «Чернігівська політехніка»

місто Чернігів

“ _____ ” _____ 20__ р.

Ми, що нижче підписалися, з однієї сторони Національний університет «Чернігівська політехніка» (далі – заклад вищої освіти), в особі ректора _____
Новомлинця Олега Олександровича _____ що діє на підставі Статуту, і, з другої сторони, _____

(назва підприємства, організації, установи)

(далі – база практики), в особі _____, _____, що діє на підставі _____

(статут підприємства, розпорядження, доручення)

уклали між собою цю угоду на проведення практики здобувачів вищої освіти:

1. База практики зобов’язується:

1.1. Прийняти здобувачів вищої освіти на практику згідно з календарним планом:

№ з/п	Шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності	Курс	Вид практики	Кількість здобувачів вищої освіти	Строки практики	
					початок	закінчення

1.2. Надіслати до закладу вищої освіти повідомлення встановленого зразка про прибуття на практику здобувача (ів) вищої освіти.

1.3. Призначити наказом кваліфікованих спеціалістів для безпосереднього керівництва практикою.

1.4. Створити необхідні умови для використання здобувачами вищої освіти програм практики, не допускати використання їх на посадах та роботах, що не відповідають програмі практики та майбутній спеціальності.

1.5. Забезпечити здобувачам вищої освіти умови безпечної роботи на кожному робочому місці. Проводити обов’язкові інструктажі з охорони праці: ввідний та на робочому місці. У разі потреби навчати здобувачів вищої освіти-практикантів безпечних методів праці.

1.6. Надати здобувачам вищої освіти-практикантам і керівникам практики від навчального закладу можливість користуватись лабораторіями, кабінетами, майстернями, бібліотеками, технічною та іншою документацією, необхідною для виконання програми практики.

1.7. Забезпечити облік виходу на роботу здобувачів вищої освіти-практикантів. Про всі порушення трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку та про інші порушення повідомляти заклад вищої освіти.

1.8. Після закінчення практики дати характеристику на кожного здобувача вищої освіти-практиканта, в котрій відобразити якості підготовленого ним звіту.

1.9. Додаткові умови _____

-
2. Заклад вищої освіти зобов'язується:
 - 2.1. Ознайомити базу практики з програмою практики через здобувача вищої освіти-практиканта, а не пізніше ніж за тиждень – надати базі практики список здобувачів вищої освіти, які направляються на практику.
 - 2.2. Призначити керівниками практики кваліфікованих викладачів.
 - 2.3. Забезпечити додержання здобувачами вищої освіти трудової дисципліни і правил внутрішнього розпорядку. Брати участь у розслідуванні комісією бази практики нещасних випадків, якщо вони сталися з здобувачами вищої освіти під час проходження практики.
 3. Відповідальність сторін за невиконання угоди.
 - 3.1. Сторони відповідають за невиконання покладених на них обов'язків щодо організації і проведення практики згідно з законодавством про працю України.
 - 3.2. Всі суперечки, що виникають між сторонами за цією угодою, вирішуються у встановленому порядку.
 - 3.3. Угода набуває сили після її підписання сторонами і діє до кінця практики згідно з календарним планом.
 - 3.4. Угода складена у двох примірниках: по одному - базі практики і закладу вищої освіти.
 4. Місцезнаходження сторін і розрахункові рахунки:
Навчального закладу: 14035, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95, тел. (0462)665-103, _____

Бази практики _____

Підписи та печатки:

Ректор
Національного університету «Чернігівська
політехніка»

База практики:

(підпис) Новомлинець О.О.
(прізвище та ініціали)

(підпис) _____
(прізвище та ініціали)

М.П. “ _____ ” _____ 20__ року

М.П. “ _____ ” _____ 20__ року

AGREEMENT No. _____
for the practice of students of higher education
Chernihiv Polytechnic National University

Chernihiv

_____, 20____.
(Month) (Date)

We, the undersigned, on the one hand, Chernihiv Polytechnic National University (hereinafter referred to as the institution of higher education), represented by the rector _____
Oleh Novomlynets _____ acting on the basis of the Charter,
and, on the other hand, _____

(Name of enterprise, organization, institution)

(Hereinafter - practice base), represented by _____

(Position, name and surname)

_____, acting on the basis of

(Enterprise charter, order, mandate)

have entered into this agreement to conduct internships for students of higher education:

4. 1. The practice base undertakes to:

4.1. Accept students of higher education for practice according to the calendar plan:

No.	Code and name direction of training, specialty	Course	Type of practice	Number of higher education graduates	Terms of practice	
					beginning	ending

4.2. Send to the institution of higher education a notice of the established model about the arrival of the student(s) of higher education for practice.

4.3. Appoint by order qualified specialists for direct management of the practice.

4.4. Create the necessary conditions for students of higher education to use internship programs, prevent their use in positions and jobs that do not correspond to the internship program and future specialty.

4.5. Provide higher education students with safe working conditions at every workplace. Conduct mandatory occupational safety briefings: introductory and on-the-job training. If necessary, train higher education interns in safe work methods.

4.6. Give higher education students-interns and practice managers from the educational institution the opportunity to use laboratories, offices, workshops, libraries, technical and other documentation necessary for the implementation of the practice program.

4.7. Ensure the registration of employment of higher education trainees. All violations of labor discipline, internal regulations and other violations must be reported to the institution of higher education.

4.8. At the end of the internship, give a description of each student of higher education-intern, in which to reflect the qualities of the report prepared by him.

4.9. Additional conditions _____

5. The institution of higher education undertakes to:

5.1. Acquaint the practice base with the internship program through the higher education intern, and no later than a week later - provide the practice base with a list of higher education seekers who are sent to practice.

- 5.2. Appoint qualified teachers as heads of practice.
 - 5.3. Ensure compliance by students of higher education with labor discipline and rules of internal procedure. To participate in the investigation by the commission of the practice base of accidents, if they happened to students of higher education during the course of practice.
6. Liability of the parties for non-fulfillment of the agreement.
- 6.1. The parties are responsible for non-fulfillment of their obligations regarding the organization and conduct of practice in accordance with the labor legislation of Ukraine.
 - 6.2. All disputes arising between the parties under this agreement shall be resolved in accordance with the established procedure.
 - 6.3. The agreement becomes effective after it is signed by the parties and is valid until the end of the practice according to the calendar plan.
 - 6.4. The agreement is drawn up in two copies: one for the practice base and one for the higher education institution.

4. Location of the parties and settlement accounts:

Institution of higher education: Shevchenko Street, 95, Chernihiv, Chernihiv Oblast, Ukraine, 14027, tel. (0462)665-103, _____

Practice base: _____

Signatures and seals:

Rector
Chernihiv Polytechnic National University

Practice base:

(Signature) Oleh Novomlynets
(Name and Surname)

(Signature) _____
(Name and Surname)

Place of seal

" ____ " 20 ____ .
(Month, Date)

Place of seal

" ____ " 20 ____ .
(Month, Date)

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА»**

ЗВІТ

про виконання програми практики

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

групи _____

спеціальність 075 Маркетинг _____

освітня програма Маркетинг _____

освітній (освітньо-науковий) ступінь Магістр _____

база практики _____
(повна назва)

База практики:

(підпис)

(прізвище та ініціали)

М.П. “_____” _____ 20__ року

Я, (ПІБ повністю) _____, підтверджую, що дана робота є моєю власною письмовою роботою, оформленою з дотриманням цінностей та принципів етики і академічної доброчесності відповідно до Кодексу академічної доброчесності Національного університету «Чернігівська політехніка». Я не використовував/ла жодних джерел, крім процитованих, на які надано посилання в роботі

Дата _____ підпис

Зміст

Вступ.....	3
Розділ 1. Загальна техніко-економічна характеристика ТОВ «Dive»	4
1.1 Загальна характеристика господарської діяльності підприємства...	4
1.2 Характеристика особливостей продукції підприємства.....	6
1.3 Розрахунок основних показників діяльності підприємства.....	7
1.4 Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства...	10
Розділ 2. Аналіз ринку ТОВ «Dive».....	13
2.1 Аналіз кон'юнктури ринку.....	13
2.2 Дослідження покупців.....	16
2.3 Дослідження конкурентів.....	19
Розділ 3. Аналіз управління маркетингом на ТОВ «Dive».....	21
3.1 Аналіз товарної політики.....	21
3.2 Аналіз цінової політики.....	22
3.3 Аналіз політики розподілення підприємства.....	24
3.4 Аналіз комунікаційної політики підприємства.....	24
Розділ 4 Особливості просування бренду ТОВ «Dive».....	26
Висновки.....	31
Список використаних джерел.....	33
Додатки	35
Відгук і оцінка роботи здобувача вищої освіти.....	40

