

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

**ННІ економіки і права  
Кафедра підприємництва і маркетингу**

**ПРОГРАМА ПРОХОДЖЕННЯ  
НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ПРАКТИКИ**  
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
освітньої програми «Маркетинг»  
для всіх форм навчання

**Черкаси – 2024 р.**

*Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри підприємництва і маркетингу,  
протокол № 1 від 29.08.2024 р.*

**Укладачі:**

д.е.н., професор, професор кафедри підприємництва і маркетингу **Руденко М.В.**;  
к.е.н., доцент, доцент, завідувач кафедри підприємництва і маркетингу **Кравченко О.О.**;  
к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і маркетингу **Бутко Н.В.**;  
к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і маркетингу **Радзіховська Ю.М.**

**Рецензенти:**

**Макаренко Н.О.** д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і логістики  
Сумського національного аграрного університету  
**Яценко О.В.**, д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і фінансів Черкаського  
національного університету імені Б. Хмельницького.

Програма проходження  
науково-дослідницької практики  
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
освітньої програми «Маркетинг»  
для всіх форм навчання

## ЗМІСТ

Вступ

1. Цілі і завдання науково-дослідницької практики
2. Організація і керівництво науково-дослідницькою практикою
3. Зміст науково-дослідницької практики
4. Підготовка звіту з науково-дослідницької практики та вимоги до його оформлення
5. Форми і методи контролю
6. Оцінка науково-дослідницької практики та підведення її підсумків

Список рекомендованої літератури

Додатки

## ВСТУП

Програма та матеріали до проходження науково-дослідницької практики для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» для всіх форм навчання складені та керуються відповідно: «Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України» (наказ Міністерства освіти України від 08.04.1993 р. №93), «Методичними рекомендаціями по складанню програм практики студентів вищих навчальних закладів України» (лист Міністерства освіти України від 14.11.1996 р. №31-5/97); «Положення про організацію освітнього процесу у Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького» (Наказ Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького від 20.02.2025 р. № 47), Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького (Наказ Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького від 12.04.2021 р. №83).

Практика здобувачів вищої освіти є обов'язковим компонентом освітньої програми для здобуття кваліфікаційного рівня магістра і набуття професійних навичок та вмінь. Вона є невід'ємною складовою частиною процесу підготовки фахівців в університеті і проводиться на сучасних підприємствах та організаціях різних галузей господарства, які гарантують відповідні умови набуття професійних вмінь та навичок.

Науково-дослідницька практика є важливою складовою практичної підготовки студентів зі спеціальності 075 «Маркетинг». Під час цієї практики поглиблюються та закріплюються отримані практичні навички, збирається теоретичний матеріал для виконання кваліфікаційних робіт магістра, може бути здійснено апробацію результатів кваліфікаційного дослідження.

Здобувачі вищої освіти зобов'язані пройти науково-дослідницьку практику у встановлені терміни відповідно графіку освітнього процесу, виконати програму практики, скласти визначений програмою звіт. Під час практики здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися встановлених правил техніки безпеки та охорони праці.

### **1. ЦІЛІ І ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ПРАКТИКИ**

*Метою науково-дослідницької практики є набуття здобувачами досвіду самостійної науково-дослідної роботи та опрацювання методики її проведення, поглиблення теоретичних знань, підбір фактичного матеріалу для написання кваліфікаційної магістерської роботи, формування вмінь і навичок опрацювання наукових та інформаційних джерел.*

*Завданням науково-дослідницької практики є формування професійних умінь і навичок із загально-професійних та спеціальних освітніх компонент, збір матеріалів для роботи над кваліфікаційною роботою, а також апробація*

отриманих результатів здійсненого дослідження.

*Задачі науково-дослідницької практики:*

- вивчення теоретичних джерел за обраною науковою проблемою, пов'язаною зі спеціалізацією випускової кафедри та відповідно до наукової проблеми дослідження магістерської роботи;
- визначення стану розробки питань обраної наукової проблеми у вітчизняній та іноземній літературі;
- складання плану та визначення структури, основних завдань магістерського дослідження;
- оволодіння методикою обробки та аналізу статистичних даних;
- узагальнення, закріплення та поглиблення отриманих під час навчання в університеті знань та навичок зі спеціальності «Маркетинг»;
- апробація основних теоретичних та практичних рекомендацій магістерської роботи (у формі тез/виступів на конференціях, написанні наукових статей, рекомендацій до органів влади й управління тощо).

*Об'єктом* науково-дослідницької практики здобувачів є маркетингова діяльність підприємств, організацій, установ.

*Предметом науково-дослідницької практики* є поглиблення навичок самостійної наукової роботи, розширення наукового світогляду здобувачів освіти, дослідження проблем практики та вміння пов'язувати їх з обраним теоретичним напрямком дослідження, визначати структуру та логіку кваліфікаційної магістерської роботи.

Проходження науково-дослідницької практики забезпечує формування у здобувачів вищої освіти наступних *компетентностей*:

*інтегральна:* здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

*загальні:*

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними..

*спеціальні (фахові):*

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.

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

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.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків.

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

*Вивчення дисципліни дозволить сформувати у здобувача вищої освіти такі програмні результати навчання:*

Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення

## **2. ОРГАНІЗАЦІЯ І КЕРІВНИЦТВО НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЮ ПРАКТИКОЮ**

2.1. Безпосереднє навчально-методичне керівництво і виконання програми практики забезпечує кафедра підприємництва і маркетингу навчально-наукового інституту економіки і права Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Організаційні заходи, що забезпечують підготовку, порядок проведення і контроль практики

покладається на завідувача кафедри.

2.2. Безпосередній контроль за організацію практики та за результати її проведення покладається на директора ННІ економіки і права.

2.3. Методичне забезпечення практики складає Положення про проведення практики здобувачів вищої освіти ЧНУ ім. Б. Хмельницького та дана Програма науково-дослідницької практики.

2.4. Організаційне забезпечення практики складає:

- визначення бази практики та розподіл здобувачів вищої освіти за ними;
- призначення керівників практики;
- узгодження змісту та укладання договорів про проходження практики;
- направлення здобувача вищої освіти на базу практики;
- прибуття здобувача вищої освіти на базу практики, проходження вхідних інструктажів, виконання програми практики;
- підготовка звіту про проходження практики.

2.5. Керівництво практикою здобувачів вищої освіти здійснюється керівником кваліфікаційної роботи з числа викладачів кафедри підприємництва і маркетингу Університету .

2.6. Базою практики може бути Університет, інститути НАН України, вітчизняні та закордонні заклади вищої освіти, промислові підприємства, бюджетні установи та ін., які проводять науково-дослідні роботи чи здійснюють розробки, мають наукові здобутки у сфері наукової проблематики робіт студентів. За місцем розташування бази практики можуть бути виїзними або проводитись у межах міста.

2.7. Здобувачі вищої освіти можуть самостійно, з дозволу керівника практики від кафедри, підбирати для себе місце проходження практики. У разі погодження, керівник практики від кафедри, готує проект індивідуального договору для студента. Договір із базою практики про її проведення укладає директор інституту. У разі необхідності, на вимогу бази практики, здобувачам вищої освіти надаються листи-клопотання на підприємство, в організацію чи установу про прийняття на практику студентів. Листи оформлюються керівником практики від кафедри (Додаток А).

2.8. Основним організаційно-методичним документом, що регламентує діяльність здобувачів вищої освіти і керівників практики, є програма практики.

2.9. Відповідальним за організацію і проведення практики є директор інституту, який:

- здійснює керівництво навчально-методичним забезпеченням практики;
- інформує здобувачів вищої освіти про місце, строки проведення практики та форми звітування;
- здійснює контроль за організацією та проведенням практики, виконанням програми практики, своєчасним складанням заліків і звітної

документації за підсумками практики;

- заслуховує звіти кафедр про проведення практики.

2.10. Кафедра, що відповідає за підготовку та порядок проведення практики:

- розробляє програму практики і при необхідності доопрацьовує її, але не рідше, ніж один раз на три роки;

- складає графіки розподілу здобувачів вищої освіти за базами практики;

- розробляє тематику індивідуальних завдань на період проведення практики (один раз на три роки);

- організовує проведення зборів здобувачів вищої освіти з питань практики;

- здійснює керівництво і контроль за проведенням практики;

- повідомляє здобувачів вищої освіти про систему звітності з практики, яка затверджена кафедрою;

- обговорює підсумки та аналізує виконання програм практики на засіданнях кафедри;

- подає до навчально-наукового інституту звіти про проведення практики з пропозиціями щодо удосконалення її організації.

2.11. Практика проводиться під керівництвом наукового керівника магістранта на базі університету, в інститутах НАН України, вітчизняних та закордонних закладах вищої освіти, на промислових підприємствах, в бюджетних установах та ін., які проводять науково-дослідні роботи чи здійснюють розробки, мають наукові здобутки у сфері наукової проблематики робіт студентів. До керівництва науково-дослідницької практики здобувачів вищої освіти залучаються досвідчені викладачі кафедри, які брали безпосередню участь у навчальному процесі за спеціальністю «Маркетинг».

Керівник практики від кафедри несе відповідальність за:

- своєчасне прибуття здобувачів вищої освіти до бази практики;

- інформацію про систему звітності з практики;

- виконання контрольних заходів у ході виконання програми практики та строками її проведення;

- допомогу здобувачу у виборі теми наукових досліджень;

- роз'яснення з принципових питань, які виникають у студента щодо організації процесу наукової творчості;

- забезпечення контролю за правильністю загального спрямування наукової роботи студента під час навчання в магістратурі;

- контроль за своєчасністю формування та виконанням індивідуальних графіків проходження практики студентами;

- загальне керівництво програмою практики;

- приймання захисту звітів здобувачів вищої освіти про практику у складі комісії, на підставі чого атестує їх і виставляє оцінки в залікові книжки;

2.12.Здобувач вищої освіти, що проходить практику в конкретному підприємства, відповідає за:

- до початку практики одержати від керівника практики від навчального закладу направлення, методичні матеріали та консультації щодо оформлення всіх необхідних документів;
- своєчасно прибути на базу практики;
- ознайомитись з програмою практики та виконувати всі завдання, передбачені програмою;
- пройти інструктаж з правил охорони праці і техніки безпеки та суворо дотримуватись правил охорони праці і техніки безпеки;
- вивчити правила внутрішнього трудового розпорядку підприємства, установи та організації, відповідально їх виконувати;
- нести відповідальність за виконану роботу на базі практики;
- підготувати, відповідно до вимог робочої програми практики, звітну документацію та у визначений термін надати керівнику практики;
- своєчасно скласти залік з практики.

### **3. ЗМІСТ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ПРАКТИКИ**

Науково-дослідницьку практику кожен здобувач вищої освіти проходить згідно з цією програмою практики та за темою дослідження, що пов'язана з темою кваліфікаційної роботи.

Основні завдання науково-дослідної практики відображаються в індивідуальному графіку та за формою, наведеною у Додатку Б, з дотриманням визначених у ньому термінів виконання завдань.

Фактичне виконання поставлених завдань засвідчує науковий керівник магістерської роботи з відміткою про вчасність його представлення.

Звіт з науково-дослідної практики має містити такі документи:

1. Титульна сторінка дипломної магістерської роботи.
2. Зміст дипломної магістерської роботи.
3. Анотація до дипломної магістерської роботи
4. Список використаних джерел для написання кваліфікаційної роботи
4. Копії надрукованих тез/статті по темі дипломної магістерської роботи.

### **4. ПІДГОТОВКА ЗВІТУ З НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ПРАКТИКИ ТА ВИМОГИ ДО ЙОГО ОФОРМЛЕННЯ**

Звіт з практики є важливим етапом науково-дослідницької практики та підготовки кваліфікаційної магістерської роботи, розроблення її теоретичної, аналітичної і проектної частини, тому звіт має бути логічно пов'язаний з проблематикою досліджень, які формують зміст і результати кваліфікаційної роботи.

Звіт виконується українською мовою без стилістичних, орфографічних і синтаксичних помилок.

Загальний обсяг звіту з науково-дослідної практики повинен бути в

межах 10 сторінок друкованого тексту (шрифт – Time New Roman, розмір – 14, інтервал – 1,5. Поля: верхнє – 2 см, нижнє – 2 см, лівє – 2 см, правє – 1,5 см). Звіт друкується з одного боку аркуша білого паперу.

Відомості про джерела, які включені до списку, необхідно подавати згідно з вимогами державного стандарту.

Оформлений згідно з вимогами звіт перевіряється і затверджується та оцінюється керівником практики.

## **5. ФОРМИ І МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

Керівник практики від кафедри розглядає й оцінює звіт студента, дає відгук з рекомендацією до захисту перед кафедральною комісією. У разі суттєвих відхилень виконаного звіту від вимог його повертають для доопрацювання. Захист звіту з практики приймає комісія, яка призначається завідувачем кафедри. Здобувач вищої освіти готує до захисту доповідь та ілюстративний матеріал, які уточнюють результати дослідження, основні узагальнення та пропозиції, що містяться у звіті. За результатами захисту виставляється оцінка, яка фіксується на титульному аркуші звіту.

Під час поточного контролю перевіряється своєчасність виконання завдань до науково-дослідницької практики та дотримання графіка підготовки й написання кваліфікаційної роботи.

Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти звітують на кафедрі про виконання її програми.

Підсумковий контроль здійснюється у формі виступів студентів перед комісією, призначеною завідувачем кафедри з тезами доповідей на наукових конференціях / статей, які були підготовлені у ході науково-дослідницької практики.

Звіт після захисту передається на збереження до архіву.

## **6. ОЦІНКА НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ПРАКТИКИ ТА ПІДВЕДЕННЯ ЇЇ ПІДСУМКІВ**

Оформлений за всіма вказаними вимогами і прорецензований звіт з практики приймається викладачем-керівником практики від кафедри протягом трьох днів після її закінчення, за результатами захисту звіту виставляється залік.

Підставою для допуску здобувача вищої освіти до заліку по практиці є цілком і акуратно (без виправлень) оформлений звіт про проходження практики.

Під час захисту здобувач вищої освіти чітко викладає етапи проходження практики і результати своєї роботи. Під час захисту (у формі виступу) студент повинен вміти аналізувати проблеми, рішення, статистику, що викладені їм у звіті; обґрунтувати прийняті ним рішення, їх законність і ефективність; відповідати на всі питання стосовно звіту.

При оцінці враховується зміст і правильність оформлення здобувачем

вищої освіти звіту з практики, приймається до уваги відгук-характеристика з місця практики.

Оцінка за практику вноситься в е-відомість і в залікову книжку студента.

Через 3 дні після закінчення практики, звіт разом із додатками до звіту здобувач вищої освіти подає для реєстрації на кафедрі підприємництва і маркетингу.

Керівник практики від кафедри перевіряє звіт та надає рекомендацію про захист перед комісією, а при наявності суттєвих відхилень змісту від вимог методичних вказівок – повертає звіт студенту для доопрацювання. Звіт з науково-дослідницької практики оцінюється за відповідними критеріями (табл. 1) шкалою ЄКТС.

Таблиця 1 – Критерії оцінювання звітів з науково-дослідницької практики відповідно до вимог кредитно-модульної системи

Критерій, за яким оцінюється звіт	Рейтинговий бал
<b>1. Підготовка звіту:</b>	<b>70</b>
відповідність змісту звіту завданню та вимогам навчально-методичних рекомендацій щодо його виконання	30
самостійність визначення предмета, об'єкта, мети, завдань досліджень	20
наявність елементів науково-дослідного характеру	15
відповідність стандартам оформлення	5
<b>2. Захист звіту, в тому числі:</b>	<b>30</b>
доповідь	10
правильність відповідей на поставлені запитання	20
<b>Всього</b>	<b>100</b>

Шкала балів, які враховуються при виставленні підсумкової оцінки з науково-дослідницької практики (табл. 2), наведена нижче.

Таблиця 2 – Шкала оцінювання

100-бальна система	Оцінка ECTS	Оцінка за національною системою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
69-74	D	
60-68	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

90 – 100 балів – А («відмінно») ставиться в тому випадку, коли: робота за програмою практики здійснена на високому рівні; практикант проявив себе

як організований, сумлінний, творчий під час виконання різних видів роботи, знає і вміє застосовувати у практичній діяльності сучасні технології і нові інформаційні засоби, користується повагою та авторитетом серед колективу бази практики, керівників практики; здав у визначений термін документацію, оформлену на високому рівні.

82 – 89 балів – В («дуже добре») ставиться в тому випадку, коли робота за програмою практики здобувачем вищої освіти проведена на достатньому рівні; були допущені незначні помилки у період проходження практики, але були самостійно виправлені; практикант не допускав недисциплінованості, байдужості, шаблонності на всіх ділянках роботи; про його діяльність добре відзивалися в колективі, в якому він перебував у період проходження практики; подав у визначений термін правильно оформлену документацію.

75 – 81 балів – С («добре») ставиться в тому випадку, коли робота за програмою практики проведена на достатньому рівні; практикант допускав незначні помилки при виконанні завдань практики, проте не завжди міг самостійно їх виправити або пояснити у процесі аналізу; у ході практики був дисциплінованим, виконавчим, самостійним, критичним на всіх ділянках роботи, одержав добрі відгуки колективу бази практики, керівника; подав вчасно документацію, у яку можуть бути внесені незначні доповнення і виправлення за вказівкою керівника практики.

69 – 74 балів – D («посередньо») ставиться в тому випадку, коли робота за програмою практики проведена на задовільному рівні; здобувач вищої освіти проявив себе як організований, дисциплінований, але недостатньо самостійний та ініціативний; загальна характеристика діяльності практиканта у період проходження практики одержала позитивні відгуки; із невеликим запізненням подав документацію.

60 – 68 балів – E («задовільно») ставиться здобувачу вищої освіти в тому випадку, коли робота проведена на задовільному рівні; проявив себе як недостатньо організований і дисциплінований, безініціативний; загальна характеристика діяльності на базі практики практиканта з боку керівників практики – «задовільна»; подав невчасно документацію, яка потребує доповнень і виправлень.

35 – 59 балів – FX («незадовільно»). Відсутня систематичність у роботі практиканта. Роботу, передбачену програмою з практики, виконав на низькому професійному рівні, допускав помилки, пов'язані зі знанням теоретичного матеріалу та виконанням практичних завдань. Отримав негативний відгук про роботу чи незадовільну оцінку при складанні заліку за практику, але за певних умов може повторно пройти практику і отримати позитивну оцінку. Подав документацію із запізненням, допустив помилки.

0 – 34 балів – F («незадовільно»). Практикант не виконав програми практики і отримав незадовільну оцінку при складанні заліку за практику.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### *I. Основна література*

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу: навч. посіб. Київ: ДУТ, 2019. 262 с.
2. Виноградова О. В., Крижко О. В. Маркетинговий менеджмент. ч.2. «Організація офісної діяльності». Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2018. 137 с.
3. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 146 с. URL: [http://www.dut.edu.ua/uploads/l\\_796\\_67558907.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/l_796_67558907.pdf).
4. Окландер М. А., Жарська І. О. Поведінка споживача: навч. посіб. К.: 2014. 208с.
5. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навч. посіб. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
6. Плахотнікова Л. О. Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. – 108 с.
7. Поведінка споживачів: Посібн. для самост. роб. студ. спец. Маркетинг// /Уклад. Л.В. Страшинська. К.: ЕКОМЕН, 2010. 77с.
8. Психологія управління. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. Підручник. К. « Центр учбової літератури». 2011. 664 с.
9. Решетілова Т. Б., Довгань С. М. Маркетингові дослідження: підручник. Дніпропетровськ. НГУ, 2015. 357 с.
10. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. Харків: Вид-во НУА, 2018. 320 с.

### *II. Додаткова література*

1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
2. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 392 с.
3. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. К. : Знання, 2008. 376 с.
4. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. Тернопіль, 2006. 275 с.
5. Бутко Н.В., Радзіховська Ю.М. Маркетинг в Україні: перспективи та проблеми розвитку. *Інтелект XXI*. 2021. Вип. 2. С. 13-17.
6. Бутко Н.В., Уманська В.Г., Радзіховська Ю.М. Маркетинг інновацій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. Серія: Економічні науки. 2022. Том 26. № 1-2. С. 54–59.
7. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2015. 100 с.
8. Кардаш В. Я., Антонченко М. Ю. Маркетингова товарна політика:

- навч.-метод, посіб. для самот. вивч. дисц. К.: КНЕУ 2006. 248 с.
9. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. К. : Центр учбової літератури, 2016. 252 с.
  10. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства: підручн. Київ: Знання, 2012. 276 с.
  11. Косар Н. С. Маркетингові дослідження: підручн. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018.- 460 с.
  12. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844 с.
  13. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. К.: КНЕУ. 152 с.
  14. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навч. посіб. К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.
  15. Ларіна Я. С., Рябчик А. В. Поведінка споживача. навч. посіб. К.: 2014. 224с.
  16. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч.-метод. посібник для самот. вивчення дисципліни. К. : КНЕУ, 2012. 272 с.
  17. Маркетинговий аналіз: навч. посіб. К.: Академвидав, 2007. 216 с.
  18. Полторак В. А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури. 2013. 417с.
  19. Примак Т. О. Маркетинг: навч. посіб. Київ: МАУП. 2004. 228 с.
  20. Прокопенко О. В., Троян М. Ю. Поведінка споживачів: навч. посіб. К.: ЦУЛ-2008. 176 с.
  21. Телетов О. С. Рекламний менеджмент: підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2012. 367 с.
  22. Тюріна Н. М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика : навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2015. 392 с.

## ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Journal of Consumer Behavior/ URL: [http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/\(ISSN\)1479-1838/](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/(ISSN)1479-1838/)
2. Journal of the Association for Consumer Research/ URL: <http://www.journals.uchicago.edu/toc/jacr/current/>
3. Журнал "Marketing Media Review"/ URL:<http://mmr.net.ua/>
4. Журнал "Маркетинг в Україні URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>
5. Портал споживача. URL: [www.consumerinfo.org.ua/](http://www.consumerinfo.org.ua/)
6. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <http://www.mr.com.ua>
7. Науковий журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL:

кутовий штамп / фірмовий бланк

Ректору Черкаського національного  
університету імені Богдана  
Хмельницького  
Черевку О.В.

№

дата

**Клопотання**

Адміністрація (дирекція) \_\_\_\_\_  
(назва установи, закладу)

не заперечує проти проходження \_\_\_\_\_  
(вид, назва практики)

з \_\_\_\_\_  
(дисципліна з якої проводиться практика)

студент \_\_\_\_\_  
(курс, інститут (факультет))

\_\_\_\_\_ (ПІБ)

з \_\_\_\_\_ до \_\_\_\_\_.

Керівником (керівниками) практики буде призначено \_\_\_\_\_.  
(посада, ПІБ)

Директор

М.П.

(підпис)

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ініціали)

**ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ГРАФІК  
ПРОХОДЖЕННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ  
ПРАКТИКИ**

Здобувача другого (магістерського) рівня освіти  
групи \_\_\_\_\_ денної/заочної форми навчання спеціальності 075 Маркетинг

з \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 202\_ року

Завдання за планом	Термін виконання	Фактичне виконання	Підписи наукового керівника
Розробка індивідуального графіку проходження практики. Узгодження його з науковим керівником магістерської роботи.			
Затвердження <i>плану (змісту)</i> магістерської роботи науковим керівником.			
Обґрунтування актуальності теми дослідження, формулювання мети та завдань дослідження, його об'єкту та предмету, наукової новизни, конкретизація методів дослідження ( <i>вступ до магістерської роботи</i> ).			
Пошук літератури для написання першого (теоретичного) розділу магістерської роботи			
Підготовка до друку наукових публікацій за темою дослідження (тез доповідей на конференціях, статей у наукових фахових виданнях тощо).			
Написання анотації та автореферату дипломної магістерської роботи			
Оформлення звіту з практики			

Узгоджено:

**Здобувач**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Керівник практики**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по-батькові)

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по-батькові)

Додаток В

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ Б.  
ХМЕЛЬНИЦЬКОГО  
ННІ ЕКОНОМІКИ І ПРАВА  
Кафедра підприємництва і маркетингу

**ЗВІТ**  
**З НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ПРАКТИКИ**

студента/ки \_\_\_\_\_ курсу \_\_\_\_\_ групи

\_\_\_\_\_

(П.І.П.)

Керівники практики:

д.е.н., професор Руденко М.В.