

ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»»

Циклова комісія маркетингу та торгівлі

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник директора

з навчальної роботи

 Людмила ІЛЛЯШЕНКО

27 серпня 2025 р.

**НАСКРІЗНА ПРОГРАМА ПРАКТИКИ
ЗДОБУВАЧІВ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ**
освітньо-професійної програми **МАРКЕТИНГ**
галузь знань **07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**
спеціальність **075 МАРКЕТИНГ**
мова навчання: українська
статус дисципліни: обов'язкова

Чернігів - 2025

Наскрізна програма практики складена на основі освітньо – професійної програми Маркетинг для здобувачів освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг – 26 серпня 2025 – 44 ст.

Укладачі:

Тетяна ПРИМАЧЕНКО

викладач вищої кваліфікаційної категорії

Наталія ЄРЕМЕНКО

викладач вищої кваліфікаційної категорії

Володимир БРИКА

викладач категорії «спеціаліст»

Робочу програму погоджено на засіданні циклової комісії маркетингу та торгівлі.

Протокол № 1 від “ 27” серпня 2025 р.

Голова циклової комісії

Тетяна ПРИМАЧЕНКО

Робочу програму погоджено на засіданні циклової комісії фінансово-облікових дисциплін.

Протокол № 1 від “ 27” серпня 2025 р.

Голова циклової комісії

Галина ПОПОВА

ЗМІСТ

ВСТУП	4
НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА З ІНФОРМАТИКИ І КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕХНІКИ	5
НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА З МАРКЕТИНГУ	16
ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА	28

ВСТУП

Практична підготовка здобувачів фахової передвищої освіти є невід'ємною складовою освітнього процесу у Відокремленому структурному підрозділі «Фаховий коледж економіки і технологій Національного університету «Чернігівська політехніка» (далі – Коледж). Вона передбачена освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності D 5 Маркетинг та спрямована на формування й закріплення професійних компетентностей майбутніх фахівців у сфері маркетингу.

Метою практики є поглиблення та систематизація теоретичних знань, здобутих у процесі навчання, а також набуття практичних навичок, необхідних для виконання професійних функцій у сфері маркетингу на підприємствах. Завдяки безпосередньому зануренню у діяльність підприємств здобувачі фахової передвищої освіти отримують можливість ознайомитися з реальними умовами організації маркетингової роботи, сучасними інструментами просування та комунікації, методами дослідження ринку й актуальними стандартами функціонування бізнесу.

Практична підготовка проводиться відповідно до Положення про практичну підготовку здобувачів фахової передвищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 02 травня 2023 року №510 та зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 26 червня 2023 року за №1055/40111. У цьому нормативному документі визначено, що практика є обов'язковою формою освітнього процесу, яка спрямована на завершення формування фахових компетентностей, оволодіння сучасними формами організації праці, технологіями, інструментами та стандартами, характерними для обраної спеціальності.

У процесі проходження практики здобувачі вчаться застосовувати теоретичні знання на практиці, аналізувати ринкові ситуації, розробляти комплекс маркетингу, взаємодіяти з персоналом та клієнтами, брати участь у реалізації маркетингових заходів та управлінні комунікаційними процесами підприємства. Такий досвід є надзвичайно важливим для формування фахівця, який відповідає сучасним вимогам бізнес-середовища, здатного до критичного мислення, відповідального прийняття рішень і подальшого професійного зростання.

Таблиця 1 – Практична підготовка здобувачів освіти освітньо-професійної програми Готельно-ресторанна справа

№ з/п	Вид практики	Курс		Тривалість
		БСО	ПЗСО	
1.	Навчальна практика з інформатики і комп'ютерної техніки	II	I	2 тижні
2.	Навчальна практика з маркетингу	II III	I II	1 тиждень 3 тижні
3.	Виробнича практика	III	II	5 тижнів

НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА З ІНФОРМАТИКИ І КОМП'ЮТЕРНОЇ ТЕХНІКИ

1. Опис навчальної практики

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної практики
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 075 Управління та адміністрування	Обов'язкова
Загальна кількість годин - 36	Спеціальність: 075 Маркетинг	Рік підготовки:
		на базі БСО - 2-й на базі ПЗСО – 1-й
		Семестр
		на базі БСО - 4-й на базі ПЗСО – 2-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 16 самостійної роботи здобувача освіти – 20	Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр	Лекції
		Практичні
		16 год.
		Лабораторні
		Самостійна робота
		20 год.
		Вид контролю:
		залік

2. Мета та завдання навчальної практики

Мета: закріплення у здобувачів фахової передвищої освіти теоретичних знань та практичних навичок роботи з комп'ютерною технікою та програмним забезпеченням, сучасного рівня інформаційної та комп'ютерної культури майбутнього фахівця для подальшого використання в професійній діяльності.

Передумови: до початку проходження практики здобувачі фахової передвищої освіти повинні мати загальні знання з дисциплін: Інформатика і комп'ютерна техніка, Статистика, Вища математика.

Завдання: формування в здобувачів фахової передвищої освіти знань й умінь, необхідних для ефективного використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у навчально-пізнавальній діяльності, при вивченні інших навчальних предметів, у повсякденному житті; розвиток у здобувачів фахової передвищої освіти готовності застосовувати інформаційно-комунікаційні та інноваційних технології з метою ефективного виконання різноманітних завдань щодо реалізації інформаційних процесів, пов'язаних з майбутньою професійною діяльністю в умовах інформаційного суспільства; розвиток інформаційної культури, знань правил безпеки життєдіяльності та навичок безпечної поведінки при виконанні робіт з використанням засобів інформаційно-комунікаційних технологій; розвиток у здобувачів фахової передвищої освіти здатності самостійно

опановувати та раціонально використовувати програмні засоби загального та прикладного призначення, цілеспрямовано шукати й систематизувати відомості, використовувати електронні засоби обміну даними; формування мотивації до дослідницької діяльності; розвиток креативних та інноваційних здібностей.

На основі знань здобутих при проходженні навчальної практики з Інформатики і комп'ютерної техніки у здобувачів фахової передвищої освіти формуються наступні **компетентності**:

СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.

СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу

3. Очікувані результати навчання

Під час проходження навчальної практики здобувачі фахової передвищої освіти мають досягти або вдосконалити наступні програмні результати навчання, передбачені освітньо-професійною програмою:

РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.

РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію

РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки

РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.

У підсумку здобувачі фахової передвищої освіти повинні

знати: базові поняття інформатики, складові частини інформаційної системи та їх призначення; роль сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в суспільстві та житті людини; окремі онлайн освітні платформи та використовувати їх для навчання; принципи цифрового громадянства та електронного урядування; обов'язкові реквізити документа, загальні правила оформлення документів, приклади стандартів та уніфікованих систем документації; основні технічні та програмні засоби обробки документів та інформації; основні процедури створення електронних документів; порядок електронного документообігу відповідно до законодавства України; основні правила забезпечення конфіденційності електронних документів; поняття анімація, принципи створення анімацій, формати файлів комп'ютерної анімації; основні етапи створення презентацій; поняття публікації, верстки; види публікацій; основні вимоги до створення публікацій; основні принципи створення й обробки растрових зображень та основні параметри растрових зображень; колірні моделі; призначення й спосіб використання основних інструментів малювання; методику виділення областей на зображеннях і методику побудови багатошарових зображень; прийоми створення колажів; процес ретушування зображень, у тому числі коригування діапазонів яскравості, застосування фільтрів, клонування; основні поняття та технологію роботи з електронними таблицями; формули та способи обчислення статистичних даних; закономірності та способи здійснення фінансових розрахунків у середовищі табличного процесора; поняття бази даних, етапи проектування, створення та ведення реляційних баз даних, поняття таблиці, поля, запису, ключового поля, типу даних, поняття майстра підстановок, зв'язку між таблицями; поняття запиту, типів умов відбору в запитах, поняття оператора, функції в запитах; поняття форми, елементів форми; поняття звіту, елементів звіту і т.д.

вміти: організовувати свою діяльність з використанням програмних засобів для планування та структурування роботи, а також співпраці з членами соціуму; використовувати технології цифрового громадянства для вирішення власних соціальних потреб; дотримуватися правил безпечної поведінки в Інтернеті; самостійно опановувати нові технології та засоби діяльності; використовувати правила оформлення сторінки; створювати бібліографічні списки та покажчики; виконувати правила та вимоги оформлення письмової роботи; використовувати технічні та програмні засоби для створення, редагування, друку та пересилання документів, забезпечення їх конфіденційності; використовувати програмні засоби для створення презентацій; наводити приклади використання презентацій у власній навчальній діяльності, для реалізації власних захоплень та у подальшому для рішення професійних задач; створювати публікації різних видів; створювати прості ілюстрації засобами растрового графічного редактора; використовувати різні способи виділення фрагментів зображень; переміщувати, масштабувати й обертати область виокремлення; створювати колажі з фрагментів зображень; здійснювати тонове корегування зображень, керуючи яскравістю й контрастністю зображень; створювати, редагувати, формувати електронні таблиці; виконувати обчислення різних рівнів складності та спрямування: фінансово-економічні, статистичні, математичні, логічні тощо; представляти дані з таблиць в наглядній формі у вигляді різноманітних діаграм, графіків; створювати та працювати з нескладними базами даних в MS Excel; аналізувати дані за допомогою умовного форматування, зведених таблиць і зведених діаграм; самостійно проектувати прості реляційні бази даних, створювати бази даних, створювати та редагувати таблиці, використовувати типи даних, ключові поля, майстер підстановок, створювати зв'язки між таблицями; створювати та редагувати запити (запит на вибірку, запит з параметром, виконувати обчислення в запиті, перехресний запит, запит на оновлення, запит на видалення); створювати та редагувати форми, працювати з елементами форми; створювати та редагувати, готувати до друку звіти і т.д.

4. Програма навчальної практики

Вступ (РН 4, РН 5, РН 7, РН 14)

Ознайомлення із метою, завданнями, планом роботи навчальної практики.

Правила оформлення звіту з навчальної практики.

Інструктаж з охорони праці та безпеки життєдіяльності.

Тема 1. Сервісне програмне забезпечення (РН 4, РН 5, РН 7, РН 14)

Форматування дисків.

Виконання дискових сервісних операцій (дефрагментація та перевірка дисків).

Архівація файлів та розархівація файлів з допомогою різних програм-архіваторів (WINZIP, WINRAR).

Створення багатотомних архівів; створення архівів, які самі себе розпаковують.

Використання програм-оболонки для роботи з архівними файлами.

Перегляд вмісту архівних файлів. Опції програм архіваторів.

Різні види антивірусних програм. Встановлення параметрів перевірки, лікування дисків. Проведення антивірусної перевірки, лікування дисків.

Поновлення вірусних баз і програмних файлів. Перегляд звіту перевірки, лікування диска.

Інсталяція та деінсталяція системного та прикладного програмного забезпечення ПЕОМ. Інсталяція та деінсталяція драйверів зовнішніх пристроїв та шрифтів.

Тема 2. Операційні системи (РН 4, РН 5, РН 7, РН 14)

Робота з графічним інтерфейсом. Використання миші та клавіатури.
Робота з об'єктами у системі Windows.
Налагоджування середовища.

Тема 3. Комп'ютерні мережі (РН 4, РН 5, РН 7, РН 14)

Робота в локальній мережі.
Підключення та відключення мережевих дисків.
Використання загальних ресурсів мережі.
Використання служб Інтернет.
Перегляд WWW- сторінок; використання пошукових серверів.
Створення електронної поштової скрині, створення та відправка електронного листа.
Google-сервіси.
Інтернет в роботі фахівця.

Тема 4. Текстові редактори (РН 4, РН 5, РН 7, РН 14)

Створення та редагування текстових документів.
Пошук, копіювання, перенос та заміна фрагментів тексту.
Перевірка орфографії.
Маркування та нумерація абзаців.
Створення колонок документа.
Використання автотексту. Створення та використання шаблонів документів.
Друк документів.
Форматування символів, абзаців, колонок.
Використання границь та заливки.
Використання сторінок, розділів.
Використання стилів. Створення нових стилів.
Вставка нумерації сторінок, колонтитулів.
Автоформат документів. Створення змісту документа.
Створення, редагування, форматування таблиць.
Вставка та вилучення рядків (стовпців) таблиці; автоформатування таблиць.
Поєднання та розбиття чарунок таблиці.
Зміна ширини (висоти) стовпців (рядків), сортування.
Вирівнювання висоти рядків і ширини стовпців.
Розрахунки в таблицях.
Створення таблиці Excel в Word.
Створення та редагування графічних об'єктів.
Впровадження та редагування об'єктів ClipArt, WordArt, SmartArt, MS Equation.
Впровадження графічних об'єктів з файла.
Впровадження і редагування автофігур; групування та розгрупування графічних об'єктів.

Тема 5. Електронні таблиці (РН 4, РН 5, РН 7, РН 14)

Введення та редагування формул.
Використання абсолютних та відносних посилань на чарунки таблиці.
Використання у формулах імен чарунок і масивів.
Використання у формулах посилання на інші таблиці.
Використання функцій. Отримання довідки по вибраній функції.
Введення функцій з допомогою "майстра" функцій.
Редагування введених функцій.

Побудова та редагування діаграм, графіків.
 Завдання параметрів діаграми.
 Робота з базами даних Excel.
 Сортування даних; групування.
 Використання фільтрів.
 Розв'язання задач професійного спрямування засобами Excel

Тема 6. Система управління базами даних (РН 4, РН 5, РН 7, РН 14)

Методика проектування баз даних.
 Створення та редагування таблиць, зв'язування таблиць.
 Технологія побудови запитів.
 Форми як основний засіб роботи користувача з базами даних.
 Технологія створення форм.
 Звіти як основний засіб оформлення результатів використання бази даних.
 Технологія створення звітів.

Тема 7. Електронні презентації (РН 4, РН 5, РН 7, РН 14)

Створення слайдів презентацій, додавання тексту.
 Використання шаблонів слайдів.
 Зміна вигляду слайдів, додавання тексту.
 Впровадження графічної інформації.
 Використання спеціальних ефектів.
 Налаштування анімації.
 Підготовка та демонстрація презентацій створених Power Point.

5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин		
	усього	у тому числі	
		практ роб	с.р.
1. Вступ	2	2	
1. Сервісне програмне забезпечення			
2. Обслуговування дисків	1	0.5	0.5
3. Архівація файлів	1	0.5	0.5
4. Антивірусні програми	1	0.5	0.5
5. Інсталяція програмного забезпечення	1	0.5	0.5
Разом 1	4	2	2
2. Операційні системи			
6. Управління об'єктами у середовищі Windows	2	1	1
7. Налаштовування середовища	3	1	2
Разом 2	5	2	3
3. Комп'ютерні мережі			
8. Локальні комп'ютерні мережі	2	1	1
9. Використання служб Internet	3	2	1
Разом 3	5	3	2
4. Текстові редактори			
10. Створення документів засобами Word	2	0.5	0.5
11. Створення, редагування та форматування таблиць	2	0.5	1

12. Створення та редагування графічних об'єктів	1	1	1
13. Створення візитки, рекламної листівки	1	1	0.5
Разом 4	6	3	3
14. Розв'язування задач за допомогою Excel	1	0.5	1
15. Використання функцій при розв'язанні задач	1	0.5	0.5
16. Побудова та редагування діаграм, графіків	1	0.5	0.5
17. Маркетингові дослідження за допомогою Excel	1	0.25	0.5
18. База даних в Excel	1	0.25	0.5
Разом 5	5	2	3
6. Система управління базами даних			
19. База даних. Методика проектування баз даних. Створення та редагування таблиць	2	0.5	1
20. Технологія побудови запитів	2	0.1	1
21. Створення форм та звітів	1	1	1
Разом 6	5	2	3
7. Створення презентацій			
22. Програма Power Point. Основні елементи презентації	2	0.25	1
23. Використання спеціальних ефектів в електронних презентаціях	1	0.25	1
24. Підготовка та проведення презентацій	2	0.5	2
Разом 7	5	1	4
25. Оформлення звіту. Друк	1	1	
Усього годин	36	16	20

6. Індивідуальні завдання

Для поглиблення вивчення навчального матеріалу з дисципліни та набуття практичних навичок в процесі самостійної роботи передбачено виконання індивідуальних завдань.

Метою індивідуальних завдань є перевірка набутих знань в процесі вивчення курсу та здобуття навичок роботи з програмним забезпеченням.

7. Методи навчання

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: пояснення, бесіда, діалог; ілюстрація, демонстрація; індукція, дедукція; репродуктивні, проблемно-пошукові; самостійна робота, дискусія, розгляд творчо-аналітичних завдань, розгляд ситуативних задач.

2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: навчальна дискусія, створення ситуації у процесі викладання, опора на життєвий досвід здобувача фахової передвищої освіти, проблемно-пошукові рішення.

3. Методи контролю, самоконтролю, корекції за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: усний, письмовий, тестовий, графічний, програмований, самоконтроль, самооцінка.

8. Засоби діагностики результатів навчання

Поточний контроль: усне опитування (фронтальне, групове, індивідуальне, комбіноване); тестовий контроль, письмові опитування, вирішення ситуацій, контроль за ефективністю самостійної роботи; написання та захист звіту.

Підсумковий контроль: залік.

9. Критерії оцінювання результатів навчання

На практичних заняттях здобувач фахової передвищої освіти отримує оцінку:

Навчальні досягнення з навчальної практики з Інформатики і комп'ютерної техніки здобувачів фахової передвищої освіти II року навчання на основі базової середньої освіти оцінюються за 12-бальною шкалою.

Навчальні досягнення здобувачів фахової передвищої освіти I року навчання на основі повної загальної середньої освіти оцінюються за 4-бальною шкалою.

Критерії оцінювання здобувачів фахової передвищої освіти на практичних заняттях на базі ПЗСО

Рівень	Оцінка	Характеристика знань, умінь та навичок
IV. Високий	«5» (відмінно)	Здобувач освіти вільно орієнтується у теоретичному матеріалі та програмному забезпеченні; впевнено виконує всі завдання практики; вміє застосовувати знання для розв'язання професійних ситуацій; використовує сучасні ІКТ, антивірусні програми, офісні пакети (Word, Excel, Access, PowerPoint), Google-сервіси. Працює самостійно, без помилок, демонструє ініціативу.
III. Достатній	«4» (добре)	Здобувач освіти засвоїв основні знання з інформатики та комп'ютерної техніки; вміє застосовувати програмне забезпечення на практиці; виконує більшість завдань правильно, допускає незначні неточності. Може використовувати електронні таблиці, бази даних, презентації, поштові сервіси, але потребує іноді допомоги викладача.
II. Середній	«3» (задовільно)	Має поверхневі знання теорії та обмежені практичні навички; виконує лише частину завдань; припускається помилок у застосуванні ІКТ, іноді не розуміє логіки дій; виконує роботу з допомогою викладача.
I. Початковий	«2» (незадовільно)	Не володіє базовими знаннями й уміньми роботи з комп'ютером; не може самостійно виконати завдання; не володіє навичками користування операційними системами, програмами Word, Excel, Access, PowerPoint; не розуміє основних понять та принципів роботи з файлами, мережами, сервісами

Критерії оцінювання здобувачів фахової передвищої освіти на практичних заняттях на базі БСО

Рівень	Бал	Характеристика знань, умінь і практичних навичок
Низький	1	Здобувач освіти не володіє базовими знаннями з інформатики. Не здатний виконати навіть найпростіші завдання практики. Не розуміє логіки роботи комп'ютера та принципів функціонування програмного забезпечення. Звіт відсутній. Порушує правила безпеки праці.
Низький	2	Має дуже обмежені знання. Не може виконати завдання навіть за зразком. Не орієнтується у базових інтерфейсах, не володіє навичками роботи з програмами Word, Excel, Access, PowerPoint. Звіт не оформлений або має грубі помилки.
Низький	3	Володіє мінімальними уявленнями про роботу з комп'ютером. Виконує лише окремі елементарні дії (наприклад, запуск програм, створення файлів). Постійно потребує допомоги викладача. Звіт формальний або містить значні помилки.

Середній	4	Має фрагментарні знання з тем практики. Виконує менше половини завдань. Припускається помилок у простих операціях. Погано орієнтується в інтерфейсах програм. Звіт неповний, поверхневий.
Середній	5	Виявляє поверхнєве розуміння теоретичного матеріалу. Виконує частину завдань, проте з численними помилками. Не володіє навичками створення таблиць, баз даних, презентацій. Потребує постійного контролю викладача. Звіт має значні недоліки.
Середній	6	Частково володіє знаннями і навичками. Може виконати лише базові операції в програмах Word або Excel. Має труднощі з аналітичними завданнями та оформленням звіту. Не завжди дотримується послідовності дій.
Достатній	7	Має основні знання та вміння. Виконує більшість завдань, але припускається технічних або логічних помилок. Самостійно справляється із простими операціями, складні завдання — з допомогою викладача. Звіт оформлений, але потребує доопрацювання.
Достатній	8	Демонструє впевнені базові знання. Виконує усі завдання, хоча іноді потребує уточнення або консультації. Правильно користується стандартними офісними програмами. Звіт оформлений відповідно до вимог, але без додаткових елементів.
Достатній	9	Має повні знання з тем практики. Уміє працювати з офісними програмами, архіваторами, антивірусами, Google-сервісами. Виконує завдання з незначними неточностями. Звіт повний, логічно структурований.
Високий	10	Добре орієнтується у матеріалі. Виконує всі завдання програми практики. Вміє застосовувати знання в практичних ситуаціях, логічно пояснює свої дії. Звіт якісний, містить усі вимоги, оформлений правильно.
Високий	11	Глибоко володіє матеріалом. Виконує всі завдання самостійно і правильно. Уміє аналізувати, оптимізувати виконання дій, пропонувати власні рішення. Використовує сучасні ІКТ для підвищення ефективності роботи. Звіт повний, охайний, із прикладами.
Високий	12	Виявляє високий рівень знань і професійної компетентності. Демонструє системне мислення, творчий підхід, здатність до самонавчання. Виконує всі завдання бездоганно, вміє інтегрувати кілька програм, працює з базами даних, таблицями, презентаціями. Звіт оформлений без помилок, містить ілюстрації, скріншоти, аналітичні висновки.

Самостійна робота здобувачів фахової передвищої освіти контролюється шляхом письмового опитування або тестування.

"5" (відмінно) - якщо відповідає на 88% - 100%

"4" (добре) - якщо відповідає на 76% - 92%

"3" (задовільно) - якщо відповідає на 60% - 75%

"2" (незадовільно) - якщо відповідає на 59% - та менше питань.

Або в усній формі, здобувачу фахової передвищої освіти дається декілька питань з теми, на які пропонується дати свої обґрунтовані відповіді.

Підсумковий контроль виявляє кінцевий результат процесу викладання і вивчення здобувачами фахової передвищої освіти матеріалу дисципліни. Його завданням є перевірка розуміння здобувачем фахової передвищої освіти програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань.

На заліку виставляється оцінка:

для здобувачів фахової передвищої освіти на базі ПЗСО

Оцінка "5" (відмінно) - вимагає вичерпну, змістовну та докладну відповідь на всі запитання. Враховується здатність здобувача фахової передвищої освіти послідовно, творчо викладати матеріал, аналізувати його, робити власні висновки. Показує вміння працювати на персональному комп'ютері та аналізувати інструментальні засоби пакетів програм, вміє застосовувати набуті знання, уміння та навички і творчі здібності при виконанні конкретного професійно спрямованого практичного завдання.

Оцінка "4" (добре) - вимагає змістовну відповідь на всі питання з допущенням незначних помилок і неточностей, здатність аналізувати матеріал. Показує вміння працювати на персональному комп'ютері та аналізувати інструментальні засоби пакетів програм, вміє застосовувати набуті знання, уміння та навички і творчі здібності при виконанні конкретного професійно спрямованого практичного завдання.

Оцінка "3" (задовільно) - передбачає відповіді на всі питання з допущенням деяких недоліків, поверхове знання теоретичного матеріалу, нездатність його аналізувати, відповідь не систематизована. Показує вміння працювати на персональному комп'ютері, але дає поверховий аналіз інструментальних засобів пакетів програм, не вміє самостійно застосовувати набуті знання, уміння та навички при виконанні конкретного професійно спрямованого практичного завдання.

Оцінка "2" (незадовільно) - ставиться за допущення грубих помилок у відповідях, незнання фактичного матеріалу, невміння аналізувати теоретичний матеріал. Не показує вміння працювати на персональному комп'ютері і не дає аналіз інструментальних засобів пакетів програм, не вміє застосовувати набуті знання, уміння та навички при виконанні конкретного практичного завдання.

для здобувачів фахової передвищої освіти на базі БСО

1 бал виставляється здобувачу освіти, який не володіє базовими знаннями з теми, не може відповісти на запитання, не розуміє суті завдань і не демонструє жодних умінь роботи на персональному комп'ютері.

2 бали ставиться за фрагментарні знання, відсутність розуміння основних понять і невміння аналізувати матеріал. Здобувач не демонструє жодних практичних навичок використання програмного забезпечення.

3 бали означає, що здобувач дає неточні, неповні або неправильні відповіді, не вміє застосовувати знання на практиці, працює на комп'ютері лише за постійної допомоги викладача.

4 бали свідчить про поверхове знання матеріалу. Відповіді уривчасті, без логіки, з численними помилками. Здобувач виконує частину завдань, не володіє вмінням систематизувати матеріал і застосовувати знання у практиці.

5 балів виставляється за загальні, але неточні відповіді, які не завжди розкривають суть питань. Спостерігаються труднощі з аналізом і поясненням понять. Практичні навички обмежені, завдання виконуються частково.

6 балів означає, що здобувач орієнтується в основному матеріалі, проте не демонструє глибокого розуміння. Відповіді непослідовні, іноді плутані. Практичні завдання виконуються частково, без елементів самостійності чи творчості.

7 балів ставиться за змістовні, але не повністю точні відповіді. Здобувач може аналізувати прості приклади, упевнено працює на комп'ютері, однак допускає незначні неточності й потребує іноді уточнень викладача.

8 балів свідчить про добрі знання з теми, логічні та послідовні відповіді. Здобувач уміє застосовувати знання в типових ситуаціях, користується основними інструментами програмного забезпечення, але не виявляє глибини чи творчого підходу.

9 балів означає, що здобувач дає змістовну й аргументовану відповідь, уміє аналізувати матеріал, робити прості висновки, володіє навичками роботи з прикладними програмами, проте не завжди виявляє ініціативу чи креативність.

10 балів виставляється за повні, логічні, послідовні відповіді без істотних помилок. Здобувач демонструє розуміння матеріалу, уміє аналізувати, робити обґрунтовані висновки, впевнено користується інструментами програмного забезпечення та застосовує знання у практиці.

11 балів свідчить про глибоке засвоєння матеріалу. Здобувач дає розгорнуті, аргументовані відповіді, здатний узагальнювати та систематизувати знання, самостійно виконує всі практичні завдання, демонструє впевнене володіння комп'ютером і програмними засобами.

12 балів ставиться здобувачу, який дає вичерпну, структуровану, логічну та творчу відповідь на всі запитання. Він не лише відтворює матеріал, а й аналізує, порівнює, узагальнює його, робить власні висновки. Під час практичних завдань демонструє ініціативу, самостійність, уміння застосовувати знання у професійно спрямованих ситуаціях, впевнено володіє інструментальними засобами програм і сучасними ІКТ.

10. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки до практичних занять з початкової практики з Інформатики і комп'ютерної техніки для здобувачів фахової передвищої освіти освітньо-професійної програми Маркетинг. / Укл.: Вадим ПРИМАЧЕНКО, Володимир БРИКА, – Чернігів: ВСП «ФКЕТ НУ «Чернігівська політехніка», 2025 – 65 с..

2. Методичні вказівки до лабораторних занять з початкової практики з Інформатики і комп'ютерної техніки для здобувачів фахової передвищої освіти освітньо-професійної програми Маркетинг. / Укл.: Вадим ПРИМАЧЕНКО, Володимир БРИКА, – Чернігів: ВСП «ФКЕТ НУ «Чернігівська політехніка», 2025 – 37 с.

3. Методичні матеріали з використання MS EXCEL для розв'язування задач економічного характеру/ Укл.: Вадим ПРИМАЧЕНКО, Володимир БРИКА, – Чернігів: ВСП «ФКЕТ НУ «Чернігівська політехніка», 2025 – 34 с.

11. Рекомендована література

Базова

1. Нелюбов В. О., Куруца О. С. Основи інформатики. Microsoft Word 2016 : навч. посіб. в ел. вигляді. / В. О. Нелюбов, О. С. Куруца // Ужгор. нац. ун-т, Центр інформ. техн. – Ужгород : ДВНЗ «УжНУ», 2018. – 96 с

URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/18659>

2. Нелюбов В. О., Куруца О. С. Основи інформатики. Microsoft Excel 2016: навчальний посібник. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2018. - 58 с.

URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/18356>

3. Microsoft Access 2016: навчальний посібник в електронному вигляді / Укладачі В.О. Нелюбов, Ю.Ю. Білак. Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2019. 73 с

URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/24346>

4. Рзаєв Д. О., Шарапов О. Д., Ігнатенко В. М., Дибкова Л. М. Інформатика та комп'ютерна техніка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2002. — 486 с

URL: <https://nmetau.edu.ua/file/130.pdf>

5. Інформатика (рівень стандарту): підруч. для 10-го (11-го) кл. заг. серед. освіти / Й.Я. Ривкінд, (та ін.). – Київ.: Генеза, 2018. – 144 с.

URL: <https://shkola.in.ua/1741-informatyka-10-11-klas-ryvkind-2018.html>

6. Дибкова Л.М. Інформатика і комп'ютерна техніка: Посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Видавництво центр «Академія», 2012. – 464 с.
7. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: Навчальний посібник. – К-: КОНДОР, 2005. – 302 с.
URL: <https://subject.com.ua/pdf/301.pdf>
8. Інформатика. Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології: Підручник. 2-ге вид. – К.: Каравела, 2007. – 640 с.
9. Інформатика: Підручник для 10-11 кл. Загальноосвіт. навч. закладів / І.Т. Зарецька, А.М. Гуржій, О.Ю. Соколов. – К.: Форум, 2004. – 392 с.
10. Інформатика: підруч. для 11 кл. загальноосвіт. навч. закл.: рівень стандарту / Н.В. Морзе, О.В. Барна, В.П. Вембер, О.Г. Кузьмінська. – К.: Школяр, 2011. – 304 с.
11. Литвин І.І., Конончук О.М., Дещинський Ю.Л. Інформатика: теоретичні основи і практикум. Підручник. – Львів: «Новий світ - 2000», 2004. – 300 с.
12. Редько М.М. Інформатика та комп'ютерна техніка. Навчально-методичний посібник. – Вінниця: Нова Книга, 2007. – 568 с.

Допоміжна

1. Баженов В.А. Інформатика: Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології: підручник / В. А. Баженов. – 2-ге видання. – К.: Каравела, 2007. – 640с.
2. Білик В.М., Костирко В.С. Інформаційні технології та системи: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 232 с.
3. Войтюшенко Н.М., Остапець А.І. Інформатика і комп'ютерна техніка: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 568 с.
4. Глушков С. В. Персональний комп'ютер / С. В. Глушков, О. С. Сурядний. – Харків: Фоліо, 2007. – 509с.
5. Інформатика і комп'ютерна техніка: навч. посібник / за ред. М. Є. Рогози. – К.: Академія, 2006. – 368с.
6. Основи комп'ютерної техніки: Компоненти, системи, мережі: навч. посіб. для студ. вищ навч. закл. / С. О. Кравчук, В. О. Шонін. – К: Вид-во «Політехніка», 2005. – 344с.
7. Ярмуш О. В. Інформатика і комп'ютерна техніка: навч. посібник / О.В. Ярмуш, М. М. Редько. – К.: Вища освіта, 2006– 359с.

1. Інформаційні ресурси

1. <http://informatuka.at.ua/publ> - Інформатика та обчислювальна техніка
2. <http://teachua.com/add/informatyka> - Презентації з інформатики
3. http://osvita.ua/school/lessons_summary/informat/ - Урок. ОСВІТА.UA
4. http://sayt-portfolio.at.ua/index/informatika_10_klas/0-18 - Авторський освітній сайт
5. http://distance.edu.vn.ua/metodic/prac_inf/menu.htm - Практичні роботи з ІКТ
6. <http://vksjondzyk.wordpress.com/2012/04/01/практичні-роботи-з-інформатики-акаде/> - vksjondzyk Практичні роботи з інформатики. Академічний рівень 11 клас.

НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА З МАРКЕТИНГУ

1. ВСТУП

Навчальна практика є першим і важливим етапом здобувачів фахової передвищої освіти в освітньому процесі в закладі освіти з метою формування в них активного ставлення до здобуття високого рівня наукових і професійних знань, умінь і навичок для майбутньої практичної діяльності в галузі маркетингу.

Програма передбачає ознайомлення здобувачів фахової передвищої освіти з майбутньою професією, перспективами розвитку спеціальності, з характером, змістом та умовами організації господарського процесу, маркетингової і рекламної діяльності, сприятиме формуванню професійних навичок з вибраної спеціальності.

Програма навчальної практики є основним навчально-методичним документом, згідно з яким планується і регламентується діяльність керівників практики і здобувачів освіти упродовж періоду проведення даного виду практики.

Навчальна практика здобувачів освіти є невіддільною складовою освітнього процесу у фахових закладах передвищої освіти. Під час навчальної практики здобувачі освіти отримують додаткові знання, уміння і навички, ознайомлюються з методами здобуття знань з фаху, визначають коло питань, якими вони повинні оволодіти під час навчання в коледжі і які потрібні в майбутній професійній діяльності. Тематична структура навчальної практики визначається метою та основними завданнями її проведення, а також місцем і загальним обсягом годин. Мета навчальної практики — поглибити та систематизувати знання здобувачів освіти шляхом вирішення виробничо-ситуаційних проблем, показати на конкретних практичних прикладах роль фахівців з маркетингу і рекламного бізнесу в розвитку ринку товарів і послуг, підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

1.1. Загальні положення

Практика здобувачів освіти проводиться у відповідності з діючими Галузевими стандартами фахової передвищої освіти та освітньої програми підготовки фахових молодших бакалаврів за напрямом «Маркетинг», при якій враховується специфіка галузей економіки.

Навчальна практика є початковим етапом ознайомлення здобувачів освіти з обраною спеціальністю, із сучасними технологіями, що використовуються в організаціях та на підприємствах різних типів, отримання професійних знань та навичок, які допоможуть у вивченні теоретичних курсів.

У процесі проходження практики увага повинна акцентуватися на розвитку творчих здібностей здобувача освіти, їх самостійності, умінні приймати рішення та працювати в колективі. У період проходження практики закладаються основи досвіду професійної діяльності, практичних умінь і навичок, професійних якостей майбутнього фахівця.

1.2. Мета і завдання практики

Мета проходження навчальної практики – опанувати ключові інструменти та технології цифрового маркетингу, включаючи SEO, SMM, контент-маркетинг, веб-аналітику та інші, з метою формування практичних навичок їх застосування для досягнення маркетингових цілей; ознайомитись безпосередньо на підприємствах, в організаціях, установах з маркетинговими процесами, закріпити, поглибити та систематизувати знання і вміння, отримані при вивченні певного циклу теоретичних дисциплін, а також здобути певний практичний досвід.

Основні завдання здобувачам освіти під час проходження навчальної практики:

- опанувати основні інструменти та платформи цифрового маркетингу.
- навчитися розробляти та реалізовувати базові стратегії цифрового маркетингу для різних цілей (підвищення впізнаваності, залучення трафіку, таргетування, продажі).

- здобути практичні навички створення контенту для різних цифрових каналів, зокрема соціальної мережі Instagram (тексти, зображення, відео).
- ознайомитися з актуальними трендами та інноваціями у сфері цифрового маркетингу? зокрема соціальної мережі Instagram
- ознайомити здобувачів освіти з професійними вимогами до фахівця, необхідними практичними вміннями та навичками, із специфікою майбутньої спеціальності;
- ознайомити здобувачів освіти з переліком посад, які можуть займати спеціалісти маркетингу, сферами їхньої подальшої професійної діяльності;
- розкрити роль, значення і місце навчальної практики в забезпеченні майбутніх фахівців практичними вміннями і навичками;
- ознайомити здобувачів освіти із досвідом роботи підприємств з метою якомога повного уявлення щодо їх організаційної структури, основних функцій, діючої системи управління підприємством і збутом товарів, організації рекламно-інформаційної діяльності тощо

Здобувачі освіти практиканти зобов'язані:

- до початку практики одержати необхідну документацію та консультації щодо її оформлення;
- своєчасно прибути на базу практики;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики і вказівками її керівника;
- виконувати правила охорони праці та техніки безпеки;
- відповідати за виконану роботу;
- своєчасно оформити звітну документацію.

Керівником навчальної практики призначається представник закладу освіти та бази практики.

Обов'язки керівника практики від закладу освіти:

- забезпечує здобувачів освіти програмою практики, проводить інструктаж про порядок її проходження;
- керує розробкою індивідуальних планів проходження практики здобувачами освіти;
- контролює проходження практики та роботу здобувачів освіти, пов'язану зі збиранням, пошуком матеріалів для написання звіту.

На основі проходження навчальної практики у здобувачів передвищої фахової освіти формуються наступні *компетентності*:

— СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

Під час проходження навчальної практики здобувачі фахової передвищої освіти мають досягти або вдосконалити наступні програмні результати навчання, передбачені освітньо-професійною програмою:

- РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.

— РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності

1.3. База практики

Базою практики для першої частини є комбінація навчальної інфраструктури коледжу та доступу до реальних онлайн-платформ і інструментів, необхідних для опанування навичок цифрового маркетингу та SMM безпосередньо. Це дозволить здобувачам освіти отримати практичний досвід налаштування та ведення маркетингових кампаній у соціальних мережах в контрольованому освітньому середовищі.

Базою для другої частини практики для проходження практики можуть бути підприємства будь-якої форми власності та організаційно-правової форми господарювання, які здійснюють діяльність, не заборонену законодавством України.

На базі практики створюються належні умови для безпечної роботи здобувачів освіти на кожному робочому місці, проводиться обов'язковий інструктаж з охорони праці та техніки безпеки.

Базовим підрозділом підприємства, де здійснюється практичне навчання, є маркетинговий відділ або інший відділ, що виконує маркетингові функції на підприємстві. Ті розділи програми практики, які не входять до компетенції цього відділу, вивчаються у відповідних службах.

2. Тематичний план навчальної практики

Перша частина

№ теми	Назва теми	Кількість відведених годин
1	Створення та первинне дослідження цільової аудиторії Instagram-профілю	3,6
2	Розробка контент-плану для Instagram-профілю	3,6
3	Аналіз конкурентного середовища та SWOT-аналіз в Instagram	3,6
4	Практичне створення контенту для Instagram	3,6
5	Базове налаштування таргетованої реклами та розробка спрощеної воронки продажів в Instagram	3,6
Всього		18

Друга частина

№ теми	Назва теми	Кількість відведених годин
1	Проаналізувати маркетингову діяльність конкретного підприємства (цільова аудиторія, позиціонування, маркетинговий комплекс, канали збуту, комунікаційна стратегія тощо)	28,8
2	Виявити сильні та слабкі сторони маркетингової діяльності підприємства, а також можливості та загрози зовнішнього середовища, проаналізувати конкурентів	7,2
3	Взяти участь у розробці та впровадженні окремих маркетингових заходів або запропонувати окремі маркетингові заходи	7,2
4	Ознайомитися з процесами планування, бюджетування та контролю маркетингової діяльності на підприємстві.	7,2
5	Пропозиції і звіт	3,6
Всього		54

3. Зміст навчальної практики

Перша частина практики

Завдання 1. Створення та первинне дослідження цільової аудиторії Instagram-профілю

Розробити концепцію Instagram-профілю: визначити тематику профілю (наприклад, товар, послуга, особистий бренд), його візуальний стиль, tone of voice та загальну мету присутності в Instagram.

Створити та оформити профіль: зареєструвати новий або оптимізувати існуючий профіль, заповнити інформацію профілю (ім'я користувача, ім'я, опис), додати якісне зображення профілю та обкладинку (за потреби).

Розробити анкету для визначення цільової аудиторії: скласти перелік питань, спрямованих на виявлення характеристик потенційних підписників та клієнтів (вік, стать, інтереси, потреби, проблеми, поведінка в соціальних мережах тощо).

Провести анкетування: залучити певну кількість респондентів (наприклад, серед здобувачів освіти, знайомих, онлайн-спільнот) для заповнення анкети.

Проаналізувати результати анкетування: обробити зібрані дані, виявити закономірності та сформувати портрети типових представників цільової аудиторії для розробленого Instagram-профілю.

Сформулювати висновки щодо цільової аудиторії: надати детальний опис визначених сегментів цільової аудиторії з урахуванням їхніх потреб та інтересів, які необхідно враховувати при створенні контенту.

Завдання 2. Розробка контент-плану для Instagram-профілю

Визначити цілі контент-плану: сформулювати конкретні, вимірювані, досяжні, релевантні та обмежені в часі (SMART) цілі, яких необхідно досягти за допомогою контенту (наприклад, збільшення кількості підписників, підвищення залученості, інформування про продукт, стимулювання продажів).

Визначити типи контенту (обрати формати контенту, які будуть використовуватися в профілі (наприклад, пости з фото, відео, каруселі, Stories, Reels, прямі ефіри); **розробити тематичний план** (визначити основні теми та рубрики, які будуть висвітлюватися в контенті, враховуючи інтереси цільової аудиторії та мету профілю) та **скласти графік публікацій:** розпланувати час та частоту виходу контенту на тиждень.

Створити чернетку контент-плану: зафіксувати у зручному форматі (таблиця, календар, онлайн-планер) теми, типи контенту, дати та час публікацій, а також основні ідеї для кожного контентного елементу.

Завдання 3. Аналіз конкурентного середовища та SWOT-аналіз в Instagram

Визначити основних конкурентів: знайти та обрати 3-5 прямих або непрямих конкурентів, які працюють у схожій ніші в Instagram.

Проаналізувати профілі конкурентів: дослідити їхній контент (тематика, формати, якість), стратегії залучення аудиторії (активність, комунікація з підписниками), використання Stories та Reels, наявність реклами, кількість підписників та рівень залученості (лайки, коментарі, збереження).

Виявити сильні та слабкі сторони конкурентів: на основі аналізу визначити, що конкуренти роблять добре, а в чому вони мають недоліки.

Провести SWOT-аналіз власного (навчального) Instagram-профілю: визначити сильні та слабкі сторони розробленого профілю, а також потенційні можливості та загрози, які можуть вплинути на його розвиток в Instagram-середовищі, враховуючи аналіз конкурентів.

Сформулювати висновки: підсумувати результати аналізу конкурентів та SWOT-аналізу, визначити ключові інсайти, які можна використати для покращення власної

SMM-стратегії.

Завдання 4. Створення контенту для Instagram

Розробити візуальний стиль (за потреби): визначити кольорову палітру, шрифти, загальну естетику профілю.

Створити контент відповідно до контент-плану: розробити декілька одиниць контенту різних форматів (наприклад, 2 пости з текстом та візуалом, 1 Reels на вибір):

- *підготувати текстовий контент:* написати цікавий та інформативний текст до посту в форматі сторітелінгу;
- *створити візуальний контент:* зробити або підібрати якісні фотографії, графічні елементи та текст для каруселі.
- *підготувати сценарій та зняти Reels:* створити короткий розважальний або інформативний відеоролик у форматі Reels.

Завдання 5. Базове налаштування таргетованої реклами та розробка воронки продажів в Instagram

Розробити спрощену воронку продажів для Instagram: схематично зобразити шлях потенційного клієнта від першого контакту з профілем до здійснення цільової дії (наприклад, перехід на сайт, заповнення форми, пряме повідомлення). Визначити ключові етапи та контент, який буде використовуватися на кожному етапі.

Обрати допис для просування: вибрати один або кілька створених дописів, які найкраще підходять для залучення нової аудиторії або стимулювання конкретної дії.

Налаштувати таргетовану рекламу за допомогою кнопки "Просувати допис": використовуючи функціонал "Просувати допис" в Instagram, визначити цільову аудиторію для показу реклами (на основі інтересів, демографічних даних, місцезнаходження), встановити бюджет та тривалість рекламної кампанії.

Завдання для здобувачів фахової передвищої освіти, які навчаються за індивідуальною формою

Здобувачі освіти, які через індивідуальну форму навчання не можуть брати участь у виконанні основних колективних або проєктних завдань, виконують альтернативне завдання, що дозволяє отримати аналогічний обсяг теоретичних знань та практичних навичок у сфері SMM-маркетингу. Це завдання передбачає поглиблене самостійне вивчення ключових аспектів SMM через проходження верифікованих онлайн-курсів, а також для дотримання принципів неформальної освіти

Завдання 1. Пройти та успішно завершити наступні онлайн-курси з SMM-маркетингу:

- **Курс 1:** «Smm: фундамент» (Платформа: Prometheus).

Очікувані результати: Оволодіння базовими принципами SMM, розуміння етапів розробки SMM-стратегії.

- **Курс 2:** «Початок роботи з ChatGPT» (Платформа: Prometheus).

Очікувані результати: Розумінні можливостей застосування штучного інтелекту для вирішення щоденних завдань, а також для роботи в smm маркетингу.

- **Курс 3:** «Таргетолог» (Платформа: Дія. Освіта).

Очікувані результати: Отримання практичних навичок налаштування таргетованої реклами, роботи з рекламними кабінетами та аналізу ефективності рекламних кампаній в соціальних мережах.

- **Курс 4:** «Менеджер з продажів» (Платформа: Дія. Освіта).

Очікувані результати: Глибоке розуміння процесу продажів та навички ефективної комунікації з клієнтами, що є важливим доповненням до компетенцій маркетолога..

Завдання 2. Отримати офіційні сертифікати про успішне завершення кожного з перелічених курсів.

Друга частина практики

Завдання 1. Проаналізувати маркетингову діяльність конкретного підприємства

Завдання 1.1. Характеристика підприємства. Маркетингова діяльність підприємства.

Здійснити характеристику та опис підприємства (бази практики). Визначити сутність маркетингу. Розкрити зміст маркетингових концепцій. Дати характеристику маркетинговій концепції, яку використовується підприємством. Визначити структуру служби маркетингу на підприємстві.

Завдання 1.2. Маркетингові дослідження на підприємстві.

Визначити сутність та необхідність маркетингових досліджень для підприємства. Навести конкретні приклади здійснення маркетингових досліджень на підприємстві. Розробити спеціалізовану анкету.

Завдання 1.3. Сегментація ринку.

Провести сегментацію ринку споживачів. Охарактеризувати сегменти ринку. Виділити найпривабливіший цільовий сегмент з точки зору таких критеріїв, як чисельність потенційних споживачів сегменту (необхідно розрахувати цільовий сегмент), дослідити позиціонування в конкретному сегменті.

Завдання 1.4. Сутність товарної політики.

Розкрити сутність товарної політики на підприємстві. Проаналізувати життєвий цикл товару (найбільш поширеного або популярного товару, на вибір здобувача освіти). Вказати на існуючий товарний знак або запропонувати і намалювати свій товарний знак. Охарактеризувати упаковку найбільш поширених видів товарів. Вказати на діючий сервіс на підприємстві.

Дослідити і визначити існуючий асортимент і номенклатуру товару на підприємстві.

Завдання 1.5. Маркетингова цінова політика на підприємстві

Визначити існуючу маркетингову цінову політику підприємства. Дослідити етапи формування ціни на підприємстві. Проаналізувати стратегії ціноутворення, які застосовуються підприємством.

Завдання 1.6. Політика розподілу продукції

Визначити сутність політики розподілу на підприємстві. Визначити канали руху товару (оптова торгівля, схема роздрібною торгівлі). Охарактеризувати дійових осіб в розподілі товару (служби збуту, персонал)

Завдання 1.7. Рекламна діяльність на підприємстві

Охарактеризувати рекламну діяльність на підприємстві: визначити засоби поширення реклами; визначити зміст інформації в різних засобах поширення реклами. Навести приклади рекламної діяльності підприємства.

Завдання 1.8. Комунікаційна політика на підприємстві

Визначити зміст маркетингової політики комунікацій на підприємстві. Дати характеристику елементам маркетингових комунікацій, які використовуються на підприємстві (PR, заходи стимулювання збуту, персональний продаж). Навести приклади.

Завдання 2. Виявити сильні та слабкі сторони маркетингової діяльності підприємства, а також можливості та загрози зовнішнього середовища, проаналізувати конкурентів

Завдання 2.1. Стратегічне планування. SWOT-аналіз

Визначити місію і цілі підприємства. Здійснити SWOT-аналіз фірми (сильні і слабкі сторони підприємства, можливості і загрози зовнішнього середовища).

Завдання 2.2. Аналіз конкурентів

Проаналізувати конкурентів компанії. Вказати на найбільших конкурентів компанії.

Розрахувати частку ринку та відносну частку ринку компанії бази практики. Визначити тип конкурентного ринку, на якому функціонує компанія

Завдання 3. Взяти участь у розробці та впровадженні окремих маркетингових заходів або запропонувати окремі маркетингові заходи

Завдання 3.1. Види сучасного маркетингу

Дослідити, визначити та дати характеристику сучасним видам маркетингу, які застосовуються в компанії. Навести приклади.

Завдання 3.2. Розробка маркетингових заходів

Взяти участь у розробці та впровадженні окремих маркетингових заходів або запропонувати окремі маркетингові заходи

Завдання 4. Ознайомитися з процесами планування, бюджетування та контролю маркетингової діяльності на підприємстві.

Завдання 4.1. Дослідити процес стратегічного планування в компанії. Проаналізувати процес бюджетування на маркетингові заходи та контролю маркетингової діяльності

Завдання 4.2. Дати характеристику сучасному програмному забезпеченню, який використовується в компанії для реалізації маркетингових заходів

Завдання 5. Пропозиції і звіт

Завдання 5.1. Підготувати звіт про проходження практики, що відображає аналіз маркетингової діяльності підприємства та набуті практичні навички.

4. Звіт з практики

Звіт з практики повинен мати наступну структуру:

- **вступ**, в якому обґрунтовується актуальність виконуваної роботи, ставиться мета і завдання роботи, уточнюється об'єкт дослідження;
- **основна частина (основний звіт)** – виконуються завдання та розкривається зміст маркетингової діяльності конкретної компанії;
- **висновок** – робиться підсумок проведеної роботи на аналіз проходження навчальної практики;
- **список використаних джерел**, який включає підручники, монографії, періодичну літературу, ресурси Інтернет, внутрішні документи підприємства. Джерела в бібліографічному списку розташовуються в алфавітному порядку; на всі перелічені джерела в звіті з практики здобувачем освіти необхідно зробити посилання.
- **додатки**

Обсяг звіту з навчальної практики має становити 20 – 30 сторінок тексту з конкретним описом виконаної роботи. Розділи і окремі питання звіту повинні бути чітко визначені, викладені в логічній послідовності й конкретизовані. Таблиці, ілюстративний матеріал, додатки повинні бути змістовні й оформлені відповідно до стандартів виконання письмових робіт у вищій школі.

Основний текст звіту повинен містити відповіді на зазначені у методичних рекомендаціях завданнях щодо висвітлення особливостей маркетингової діяльності підприємства (бази практики), а також недоліків і пропозицій реалізації напрямів діяльності, що вивчалися при проходженні практики і виконанні індивідуального завдання. В основній частині звіту подають також необхідні розрахунки і наводять причини недоліків у діяльності підприємства.

Після основного тексту розміщують висновки і пропозиції. У цьому розділі робиться загальні підсумки проробленої роботи за час відведений на проходження навчальної практики.

До звіту додають необхідні додатки, копії документів, які аналізують у звіті і на які є посилання в його основній частині. Письмовий звіт оформлюють на аркушах паперу формату

A4, з використанням шрифтів текстового редактора Times New Roman, кеглем 14, через 1,5 інтервали з дотриманням таких розмірів полів: верхнього і нижнього – 20 мм, лівого – 30 мм, правого – 10 мм. Абзац – 1,5 см. Нумерація сторінок у верхньому правому куті.

5. Критерії оцінювання навчальної практики

Оцінювання навчальної практики (першої частини) здобувачів фахової передвищої освіти II року навчання на основі базової середньої освіти оцінюються за 12-бальною шкалою.

Високий рівень (10-11 балів): всі 5 завдань виконано на високому рівні. Продemonстровано глибоке розуміння принципів SMM, креативний підхід, самостійність, ініціативність. Аналіз цільової аудиторії є детальним, контент-план продуманий та обґрунтований, аналіз конкурентів всебічний, створений контент якісний та відповідає цілям, базова воронка продажів розроблена логічно, налаштування реклами ефективне (у межах можливостей навчальної практики), звіт оформлено бездоганно та містить власні роздуми та пропозиції.

Достатній рівень (7-9 балів): всі 5 завдань виконано на достатньому рівні. Продemonстровано розуміння основних принципів SMM, самостійність. Аналіз цільової аудиторії проведено, контент-план розроблено, аналіз конкурентів присутній, створений контент задовільної якості, базова воронка продажів розроблена, рекламу налаштовано (можливі незначні недоліки), звіт оформлено відповідно до вимог.

Середній рівень (4-6 балів): більшість завдань виконано на середньому рівні. Розуміння принципів SMM часткове, присутні елементи несамостійності. Аналіз цільової аудиторії неповний, контент-план потребує доопрацювання, аналіз конкурентів поверхневий, якість створеного контенту посередня, розроблена воронка продажів формальна, налаштування реклами містить помилки, звіт оформлено з недоліками.

Початковий рівень (1-3 бали): більшість завдань виконано на початковому рівні або не виконано. Розуміння принципів SMM слабе або відсутнє, робота виконана несамостійно. Аналіз цільової аудиторії формальний або відсутній, контент-план не розроблено або нелогічний, аналіз конкурентів не проведено, створений контент низької якості або відсутній, воронку продажів не розроблено, рекламу не налаштовано або налаштовано некоректно, звіт оформлено недбало або відсутній.

Для здобувачів фахової передвищої освіти, які навчаються за індивідуальною формою та проходять онлайн-курси як альтернативне завдання навчальної практики, передбачено наступні критерії оцінювання:

Після успішного завершення всіх визначених онлайн-курсів та надання підтверджуючих сертифікатів, **здобувач освіти отримує лише 4 бали** до загальної оцінки за проходження навчальної практики. Цей бал є фіксованим і надається за факт повного та якісного освоєння матеріалів курсів, що підтверджується офіційними документами (сертифікатами).

Оцінювання навчальної практики (першої частини) здобувачів фахової передвищої освіти I року навчання на основі повної загальної середньої освіти оцінюються за 4-бальною шкалою.

Відмінно (5 балів): всі 5 завдань виконано на високому рівні. Продemonстровано глибоке розуміння принципів SMM, креативність, самостійність та ініціативність. Робота відрізняється якісним аналізом, продуманою стратегією, ефективним виконанням та бездоганним оформленням звіту з власними висновками.

Добре (4 бали): всі 5 завдань виконано на достатньому рівні. Продemonстровано розуміння основних принципів SMM та самостійність. Робота виконана якісно, з дотриманням основних вимог, звіт оформлено відповідно до норм. Можливі незначні недоліки, які не впливають на загальну позитивну оцінку.

Задовільно (3 бали): більшість завдань виконано на середньому рівні. Розуміння принципів SMM часткове, присутні елементи несамостійності. У роботі є суттєві недоліки в

аналізі, плануванні або виконанні окремих завдань, звіт оформлено з помилками.

Незадовільно (2 бали): більшість завдань виконано на початковому рівні або не виконано. Розуміння принципів SMM слабе або відсутнє, робота виконана несамотійно. У роботі допущені значні помилки, відсутній належний аналіз та планування, якість виконання низька, звіт оформлено недбало або відсутній.

Для здобувачів фахової передвищої освіти, які навчаються за індивідуальною формою та проходять онлайн-курси як альтернативне завдання навчальної практики, передбачено наступні критерії оцінювання:

Після успішного завершення всіх визначених онлайн-курсів та надання підтверджуючих сертифікатів, **здобувач освіти отримує лише 3 бали** до загальної оцінки за проходження навчальної практики. Цей бал є фіксованим і надається за факт повного та якісного освоєння матеріалів курсів, що підтверджується офіційними документами (сертифікатами).

Оцінювання навчальної практики (другої частини) здобувачів фахової передвищої освіти III року навчання на основі базової середньої освіти та II курсу на основі повної загальної середньої освіти оцінюються за 4-бальною шкалою.

Оформлення звіту навчальної практики є обов'язковою умовою для оцінювання проходження практики здобувачами освіти:

80% – оцінювання звіту з практики, відповідність змісту практики;

20% балів – оформлення звіту

Оцінювання навчальної практики здобувачів фахової передвищої освіти на освітньо-професійній програмі Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг здійснюється комплексно, за результатами роботи на підприємстві, підготовленим звітом та його захистом.

На «відмінно» (5 балів) практика оцінюється тоді, коли здобувач освіти повністю виконав усі завдання практики, продемонстрував глибокі знання з теоретичних і практичних аспектів маркетингової діяльності підприємства, правильно оформив звіт з ґрунтовними висновками та пропозиціями, а під час захисту впевнено презентував результати, давав розгорнуті й аргументовані відповіді на запитання керівника практики та членів комісії.

На «добре» (4 бали) заслуговує робота, де завдання практики виконані в основному правильно, звіт оформлений відповідно до вимог, але наявні окремі недоліки у глибині аналізу, формулюванні висновків чи пропозицій; при захисті здобувач демонструє достатній рівень підготовки, проте відповіді на питання не завжди є повними чи достатньо аргументованими.

На «задовільно» (3 бали) оцінюється виконання, коли частина завдань виконана формально або поверхово, звіт має суттєві недоліки в структурі й змісті, висновки нечіткі, а під час захисту здобувач не може повністю пояснити матеріал чи дає непереконливі відповіді.

На «незадовільно» (2 бали) оцінюється випадок, коли завдання практики не виконані або виконані вкрай поверхово, звіт відсутній чи не відповідає вимогам, а під час захисту здобувач освіти не здатний пояснити основні положення своєї роботи, що свідчить про відсутність практичних результатів і засвоєних навичок

6. Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в рамках окремих тем навчальної дисципліни, здійснюється викладачем за зверненням здобувача фахової передвищої освіти та представленням документів, які підтверджують результати навчання (сертифікати, свідоцтва, скріншоти тощо).

Рішення про визнання та оцінка за відповідну частину освітнього компонента приймається викладачем за результатами співбесіди зі здобувачем фахової передвищої освіти.

Визнання результатів навчання, набутих у неформальній та/або інформальній освіті в

рамках цілого освітнього компонента, здійснюється за процедурою, яка визначена Порядком визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти Відокремленому структурному підрозділі «Фаховий коледж економіки і технологій Національного університету «Чернігівська політехніка».

7. Рекомендований список використаних джерел

1. Безугла Л.С. Маркетингові дослідження : навч. посіб. – Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. - 300 с. URL: <http://surl.li/hfpnxv>
2. Борисова Т., Н.Іванечко. Маркетинг: навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://surl.li/fmuieg>
3. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. – Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 190 с. URL: <http://surl.li/hadzci>
4. Зюкова І.О. Технології маркетингових досліджень. Навч. посібник для здобувач освіти вищих навчальних закладів освіти – 2015. 386 с.
5. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Б 75 Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с. URL: <http://surl.li/uaciva>
6. Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с. URL: <http://surl.li/ouphdy>
7. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика [Електронний ресурс]: Підручник/ С.М. Ілляшенко. - Суми: ВТД "Університетська книга", 2005. - 234 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/29359/1/Illiashenko_product_policy.pdf
8. Котлер Ф., Г.Армстронг. Основи маркетингу: пер.з англ. Київ: «Діалектика», 2020. 880с
9. Морохова В.О. Товарна інноваційна політика: навч. посіб. / Валентина Олександрівна Морохова, Дарія Валеріївна Смолич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – 248 с. URL: <http://surl.li/zarfww>
10. Пилипчук В.П. Промисловий маркетинг. Навчальний посібник К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 264 с URL: <http://surl.li/dbnqtr>
11. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник: / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с. URL: <http://surl.li/tyjrll>
12. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <http://surl.li/kqfpes>
13. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Маркетинг: навчальний посібник.К.: «НБП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL: https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3bac_finan/marketynh-2018.pdf
14. Телетов О.С. Маркетингові дослідження: Навч. посібник – К.: Знання України, 2010 – 299с.
15. Худякова Л.К. Ринкові дослідження: Навч. посіб для дист навчання – Біла Церква: ТЕК Білоцерківського НАУ, 2011 – 389 с. URL: <https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/3123/1/Rynkovi%20doslidzhennia.pdf>
16. Відео-уроки з smm. You Tube. URL: <https://surl.li/nivfwu>

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВСП ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ЗВІТ

про виконання програми навчальної практики

здобувача (ки) фахової передвищої освіти _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

освітньо-професійної програми **Маркетинг**

спеціальності **075 Маркетинг**

групи _____

Керівник практики від коледжу
викладач вищої кваліфікаційної категорії Тетяна ПРИМАЧЕНКО

Чернігів - 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВСП ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ЗВІТ

про виконання програми навчальної практики

здобувача (ки) фахової передвищої освіти _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

освітньо-професійної програми **Маркетинг**

спеціальності **075 Маркетинг**

групи _____

база практики _____

(повна назва)

Керівник практики від бази практики

(посада, прізвище, ініціали)

Керівник практики від коледжу

викладач вищої кваліфікаційної
категорії
Тетяна ПРИМАЧЕНКО

ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА

ВСТУП

Надзвичайно великі виробничі можливості сучасної промисловості, швидке оновлення і розширення асортименту продукції під дією науково-технічного прогресу, глибокі зрушення у характері ринкового попиту викликають цілий комплекс проблем, що ускладнює реалізацію товарів. І хоча ці проблеми у загостреній і суперечній формі більш притаманні розвинутим країнам, вони не обминають і економіки України. Маркетинговий підхід допомагає згладжувати їх, сприяє їхньому розв'язанню. Саме тому фахівці з вивчення попиту, управління збутом, організації рекламної діяльності є вкрай необхідними для ефективного розвитку національної економіки.

Маркетинг – це теорія і практика прийняття управлінських рішень щодо ринково-виробничої стратегії організації на основі аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища з метою реалізації економічних інтересів виробників і споживачів. Виходячи саме з цього, маркетолог повинен вміти аналізувати фактори бізнес-середовища, оцінювати їх вплив на діяльність підприємства, планувати і здійснювати маркетингові дослідження, обробляти отриману інформацію, на основі якої здійснюватимуться маркетингові заходи для підвищення конкурентоспроможності підприємства (організації).

Фахівці-маркетологи необхідні виробничим та торговельним підприємствам з різними формами власності, економіко-інформаційно-аналітичним центрам державних органів різного рівня, науково-дослідним організаціям, закладам освіти, соціального захисту, інформаційним та аналітичним підрозділам банків, бірж, страхових компаній, міжнародним фірмам та їх представництвам, закладам освіти, що здійснюють науковий пошук, розробку та налагодження процесу виробництва з використанням сучасних систем менеджменту та маркетингу.

Здобувачі фахової передвищої освіти цієї спеціальності вивчають різноманітні аспекти маркетингової діяльності, промислового маркетингу, міжнародного і стратегічного маркетингу, використання логістичних підходів та принципів побудови маркетингової товарної політики, банківського та некомерційного маркетингу та інших видів діяльності. Навички практичної роботи здобувачі фахової передвищої освіти отримують під час проходження виробничої практики на промислових та торгових підприємствах. Виробнича практика здобувачів фахової передвищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг є невіддільною складовою освітнього процесу, логічним продовженням освітніх компонентів, що розглядають питання організації діяльності, технології та управління підприємством та складовою частиною процесу підготовки майбутніх фахових молодших бакалаврів з маркетингу.

Вид практики, її тривалість і терміни проведення визначаються навчальним планом і цими методичними вказівками.

Методичні вказівки містять загальні положення щодо організації виробничої практики, мету та завдання практики, обов'язки здобувача фахової передвищої освіти, керівника практики від коледжу та підприємства, програму проходження практики, вимоги до оформлення звітів та порядок їх захисту.

1. Загальні положення

Виробнича практика здобувачів фахової передвищої освіти Відокремленого структурного підрозділу «Фаховий коледж економіки і технологій Національного університету «Чернігівська політехніка» (далі - коледж) є обов'язковим компонентом освітньо-професійної програми для підготовки фахівців освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр та набуття здобувачами фахової передвищої освіти відповідних компетентностей.

Метою практичної підготовки здобувачів фахової передвищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг є закріплення теоретичних знань, отриманих під час навчання, а також набуття й удосконалення компетентностей, визначених відповідною освітньою програмою фахової передвищої освіти.

Відповідно до Положення про практичну підготовку здобувачів фахової передвищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 02 травня 2023 року № 510 та зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 26 червня 2023 року за № 1055/40111, практична підготовка – одна з форм організації освітнього процесу та обов'язкова складова освітньо-професійних програм фахової передвищої освіти, спрямована на завершення формування набутих компетентностей та отримання досвіду їх застосування, оволодіння сучасними формами організації праці, обладнанням, пристроями і технологіями відповідно до спеціальності, ознайомлення з умовами провадження професійної діяльності.

Метою практики є оволодіння здобувачами фахової передвищої освіти сучасними методами, формами організації та знаряддями праці в галузі їх майбутньої професії, формування у них одержаних у закладі освіти знань, професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи в реальних ринкових і виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності.

Зміст програми виробничої практики відповідає Положенню про практичну підготовку здобувачів фахової передвищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 02 травня 2023 року № 510 та зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 26 червня 2023 року за № 1055/40111, наказам і рішенням колегії Міністерства освіти і науки України щодо практики, навчальному плану спеціальності та освітньо-професійній програмі.

Програма виробничої практики для здобувачів фахової передвищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр є основним навчально-методичним документом, де розглядаються загальні питання організації, проведення та підведення підсумків практики.

Робочий час здобувача освіти протягом практики планується наступним чином:

- організаційні питання початкового періоду практики, проходження інструктажів з техніки безпеки та охорони праці на підприємстві – 5 % часу, відведеного на проходження практики;

- виконання функцій практиканта на робочому місці, робота з літературою, технічною й нормативною документацією, складання відповідної документації – 70 %;

- участь в лекціях, екскурсіях, теоретичних заняттях – 10 %;

- робота над звітами з практики – 10 %;

- одержання заліку з практики – 2 %;

- інші види робіт – 3 % часу практики.

Практика проводиться в коледжі або у аналогічних структурних підрозділах інших закладів освіти, на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та сфер управління, включаючи державні органи та органи місцевого самоврядування, військові частини, органи охорони правопорядку, у фізичних осіб-підприємців та фізичних осіб, які ведуть незалежну професійну діяльність.

Здобувачі фахової передвищої освіти зобов'язані пройти виробничу практику у встановлені терміни відповідно графіку освітнього процесу, виконати програму практики,

скласти визначений програмою звіт. Під час практики здобувачі фахової передвищої освіти повинні дотримуватися встановлених правил техніки безпеки та охорони праці на підприємстві.

Керівники практики від коледжу забезпечують організацію і проведення практики відповідно до навчального плану і робочої програми практики, проводять інструктажі здобувачів фахової передвищої освіти та контролюють дотримання ними правил техніки безпеки, контролюють проходження практики, оцінюють її результати відповідно до поданих звітів.

Програма складається з розділів, які визначають мету та завдання практик; основних положень щодо її організації; контроль та основні обов'язки здобувачів фахової передвищої освіти і керівників практики від коледжу та підприємства; вимоги щодо оформлення звіту з практики; підведення підсумків практики.

На базі практики створюються належні умови для безпечної роботи здобувачів фахової передвищої освіти на кожному робочому місці, проводиться обов'язковий інструктаж з охорони праці та техніки безпеки.

Базовим підрозділом підприємства, де здійснюється практичне навчання, є маркетинговий відділ або інший відділ, що виконує маркетингові функції на підприємстві. Ті розділи програми практики, які не входять до компетенції цього відділу, вивчаються у відповідних службах. Практикант виконує роботу як позаштатний маркетолог відділу.

2. Мета та завдання виробничої практики

Виробнича практика є невід'ємною складовою частиною процесу підготовки фахових молодших бакалаврів галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг у закладах фахової передвищої освіти. Вона розглядається як форма адаптації здобувачів освіти до умов та характеру майбутньої роботи. Загальна тривалість практики – 5 тижнів, що становить 225 годин (7,5 кредитів). Календарний графік проходження практики згідно з основними етапами роботи наведений у таблиці 5.1.

Під час практики поглиблюються та закріплюються теоретичні знання зі спеціальних та загальноекономічних дисциплін і збирається та опрацьовується матеріал для написання звіту.

Під час практики здобувачі фахової передвищої освіти повинні брати активну участь у діяльності підприємства, знаходити резерви вдосконалення його діяльності.

Вся практична підготовка має професійно-організаційну спрямованість.

Професійна спрямованість полягає в реалізації набутих теоретичних знань та практичних навичок роботи на конкретному робочому місці.

Під час практики здобувачі фахової передвищої освіти повинні зібрати необхідну для підготовки звіту теоретичну інформацію та практичний матеріал, аналітично їх опрацювати.

Під час практики здобувачі фахової передвищої освіти повинні ознайомитися з роботою різних відділів підприємства (відділу праці та заробітної плати, економічного відділу, відділу маркетингу, постачання та збуту, фінансового відділу, бухгалтерії, і т. д.).

Мета проходження практики – ознайомитись безпосередньо на підприємствах, в організаціях, установах з виробничим процесом, закріпити, поглибити та систематизувати знання і вміння, отримані при вивченні певного циклу теоретичних дисциплін («Логістика», «Організація закупівлі та продажу», «Інфраструктура товарного ринку», «Маркетинг», «Розроблення товару», «Бухгалтерський облік», «Підприємницька діяльність» та ін.), а також здобути певний практичний досвід.

Основні завдання виробничої практики:

- ознайомитись з діяльністю підприємства;
- провести аналіз організаційної структури управління підприємством;
- здійснити аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства;

- дослідити вплив факторів маркетингового середовища на діяльність підприємства;
- провести аналіз комплексу маркетингу підприємства (товарної політики, цінової політики, політики розподілу та просування);
- активна участь в проведенні маркетингових досліджень (кабінетних та польових);
- аналіз заходів, що проводяться підприємством для підвищення конкурентоспроможності, зміцнення конкурентних позицій, виходу на нові ринки збуту тощо;
- виконання обов'язків працівника на робочому місці при безпосередньому керівництві з боку фахівців баз практики (керівників практики від підприємства);
- набуття навичок самостійної практичної діяльності з обраної спеціальності.

На основі знань, здобутих при проходженні виробничої практики у здобувачів фахової передвищої освіти формуються наступні **компетентності**:

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 8. Здатність працювати в команді.

ЗК 9. Здатність до комунікації, лідерства, виявляти ініціативу та підприємливість

ЗК 10. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.

СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.

СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.

СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.

СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу

СК 11. Здатність розуміти економічні процеси і явища, застосовувати знання з обліку і оподаткування для аналізу господарської діяльності та розвитку підприємницьких навичок.

СК 12. Здатність до оцінки споживчих властивостей товару.

СК 13. Здатність підбирати та ефективно використовувати інструменти діджитал-маркетингу для забезпечення досягнення бізнес-цілей

СК 14. Здатність генерувати інноваційні маркетингові ідеї та приймати нестандартні рішення з урахуванням споживчих трендів і поведінки

СК 15. Здатність застосовувати принципи медіаграмотності для прийняття маркетингових рішень, а також ідентифікувати та мінімізувати репутаційні ризики у зовнішній комунікації ринкових суб'єктів

Під час проходження виробничої практики здобувачі фахової передвищої освіти мають вдосконалити наступні програмні **результати навчання**, передбачені освітньо-професійною програмою:

- РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.
- РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.
- РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.
- РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.
- РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.
- РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.
- РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.
- РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.
- РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.
- РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.
- РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності
- РН 16. Обирати та адаптувати інструменти діджитал-маркетингу для забезпечення досяжності бізнес-цілей в онлайн-середовищі
- РН 17. Розробляти маркетингові рішення з урахуванням змін поведінки споживачів, тенденцій ринку та інноваційних підходів до просування товарів і послуг.
- РН 18. Аналізувати інформаційний простір, розпізнавати недостовірну або маніпулятивну інформацію, визначати та попереджати репутаційні ризики у маркетинговій діяльності
- РН 19. Застосовувати знання з обліку та оподаткування для оцінювання фінансових результатів діяльності підприємства, обґрунтування маркетингових рішень та розвитку підприємницьких ініціатив

3. Організація проведення практики

На підприємстві – базі практики мають бути створені умови для ознайомлення з передовим досвідом та новітніми технологіями, а також роботою функціональних підрозділів, які забезпечують організаційну, технологічну та управлінську діяльність підприємства.

З базами практики (підприємствами, організаціями, установами будь-яких форм власності) коледж за необхідністю укладає договори на її проведення. Тривалість дії договорів погоджується за згодою сторін договору і може визначатися або на період конкретного виду практики, або до п'яти років.

За відсутності договору на проведення практики здобувач фахової передвищої освіти може проходити практику на підприємстві, якщо до коледжу надійде лист з проханням направити його саме на це підприємство в терміни практики. Здобувачі фахової передвищої освіти, які самостійно обрали собі базу практики, повинні підтвердити цей факт гарантійним листом з підприємства – бази практики.

Керівництво практикою здобувачів фахової передвищої освіти здійснюється викладачами коледжу. Для керівництва практикою призначаються керівники практики від обох сторін.

За місяць до початку практики циклова комісія проводить організаційне зібрання, з метою ознайомлення здобувачів фахової передвищої освіти з порядком організації під час практики, оформленням необхідної документації, правилами техніки безпеки, розпорядком дня, видами та строками звітності тощо.

Перед виїздом на практику здобувачі фахової передвищої освіти забезпечуються такими видами документів: направленням на практику і програмою практики.

На час практики здобувачів фахової передвищої освіти в якості практикантів на робочих місцях на них розповсюджуються правила охорони праці і внутрішнього розпорядку, які діють на підприємстві, в закладі, організації тощо.

Під час практики здобувачі фахової передвищої освіти ознайомлюються з організаційною структурою підприємства і його підрозділів, навчаються приймати управлінські рішення стосовно до умов роботи окремих структурних підрозділів.

Здобувачі фахової передвищої освіти несуть особисто цілковиту відповідальність за неявку на практику. Особи, які не з'явилися на практику з поважних причин, проходять її в інші терміни, інакше – можуть бути відрховані з коледжу за невиконання навчального плану.

Проходження виробничої практики повинне проводитись у такій послідовності:

- бесіда керівника практики в конкретному підрозділі із здобувачем фахової передвищої освіти про зміст та особливості виконуваної ним роботи, про специфіку роботи даного підрозділу;
- вивчення здобувачем фахової передвищої освіти інструктивних матеріалів, що визначають та регулюють роботу даного підрозділу;
- самостійне виконання здобувачем фахової передвищої освіти роботи на конкретному робочому місці;
- збір та обробка даних для написання звіту про проходження виробничої практики;
- написання та захист здобувачем фахової передвищої освіти звіту з проходження виробничої практики.

За наявності вакантних місць здобувачі фахової передвищої освіти можуть бути зараховані на штатні посади, якщо робота на них відповідає вимогам програми практики.

Виробнича практика повинна проходити безпосередньо на робочому місці фахівця відповідного профілю під керівництвом кваліфікованих спеціалістів. На всьому етапі проходження практики здобувачем фахової передвищої освіти виконується окрема робота. Під час практики здобувачі фахової передвищої освіти отримують нові знання, уміння та навички, в основному під час виконання конкретних практичних завдань, тому праця здобувачів освіти на штатних посадах (з оплатою або без оплати) є найбільш доцільною порівняно з проходженням практики дублерами, по суті сторонніми спостерігачами. Самостійна робота здобувачів фахової передвищої освіти є основною умовою успішного проходження практики.

4. Контроль за проходженням практики та основні обов'язки здобувачів фахової передвищої освіти під час її проведення

Безпосереднє керівництво практикою, організацію практики, її проведення і контроль здійснюють керівники (викладачі) та керівники від підприємств (керівники структурних підрозділів підприємства).

Поточний контроль практики здійснюється керівником практики від циклової комісії шляхом аналізу та оцінки систематичної роботи і залікових навчальних занять здобувачів освіти. Підсумковий контроль здійснюється у кінці проходження практики шляхом

оцінювання цілісної систематичної діяльності здобувачів освіти протягом конкретного періоду. При виставленні диференційованої оцінки студенту враховується рівень теоретичної підготовки майбутнього фахівця в галузі економіки, якість виконання завдань практики, рівень оволодіння професійними вміннями та навичками, ставлення до клієнтів та співробітників, акуратність, дисциплінованість, якість оформлення документації та час її подання.

Проведення практики забезпечується наступними документами:

- програма практики;
- звіт про проходження практики;
- відгук про практиканта від бази практики.

Загальне керівництво практикою на підприємстві здійснюється головними фахівцями або їх заступниками, безпосереднє керівництво покладається на керівників структурними підрозділами та на окремих висококваліфікованих спеціалістів.

Відповідальність за організацію практики на підприємстві (організації) покладається на директора, який призначає керівника виробничої практики наказом по підприємству.

При проходженні практики здобувачі фахової передвищої освіти можуть бути зараховані на штатні посади, якщо професійні обов'язки відповідають програмі практики.

Робочий час практикантів визначається відповідно до чинного законодавства та діючого на підприємстві внутрішнього розпорядку і режиму роботи. Консультації з викладачами на базах практики проводяться в робочий час, а в закладах освіти – в неробочий час практиканта.

Інформацію про підприємство здобувач фахової передвищої освіти одержує шляхом вивчення документації, особистих спостережень, бесід з керівниками та фахівцями з технологічних, організаційних, економічних та інших питань.

4.1. Основні обов'язки керівника практики від коледжу

До обов'язків керівника практики від коледжу відноситься:

- розробка тематики індивідуальних завдань;
- забезпечення проведення всіх організаційних заходів перед виїздом здобувачів фахової передвищої освіти на практику;
- проведення бесіди із здобувачами фахової передвищої освіти з техніки безпеки та охорони праці на підприємстві;
- встановлення зв'язку з керівником практики від підприємства;
- контроль бази практики щодо підготовки необхідної документації та готовності для прийому практикантів;
- забезпечення дотримання відповідності змісту робіт практики її навчальним планам і програмам;
- забезпечення контролю за виконанням строків практики;
- перевірка звітів з практики, надання відгуків про їх роботу;
- участь у публічному захисті практики.

4.2. Перелік обов'язків керівника від бази практики

До обов'язків керівника від бази практики належить:

- ознайомлення із робочою програмою практики та організація її виконання на робочих місцях;
- спільно з керівником практики від коледжу забезпечити зустріч практикантів з керівництвом бази практики;
- ознайомлення практикантів з правилами внутрішнього розпорядку;
- проведення з практикантами обов'язкового інструктажу з охорони праці, контроль за виконанням режимів праці і відпочинку, санітарно-побутовим обслуговуванням;

- здійснення поточного керівництва роботою здобувачів фахової передвищої освіти відповідно до програми практики;
- ознайомлення здобувачів фахової передвищої освіти з організацією роботи підприємства в цілому і на конкретному робочому місці;
- здійснення постійного контролю за діяльністю здобувачів фахової передвищої освіти, допомога у правильному виконанні всіх завдань на робочому місці, консультація з виробничих питань;
- надання допомоги в отриманні необхідної інформації про підприємство, що не складає комерційної таємниці, відповідно до програми практики;
- забезпечення дотримання норм трудового законодавства та вимог техніки безпеки та охорони праці.

4.3. Основні обов'язки практикантів

Здобувачі фахової передвищої освіти під час проходження практики зобов'язані:

- до початку стажування одержати від керівника практики від коледжу консультації щодо оформлення всіх необхідних документів;
- своєчасно прибути на базу практики;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою;
- вивчити і суворо дотримуватися правил охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії;
- підпорядковуватися діючим на підприємстві правилам внутрішнього трудового розпорядку та службового етикету, дотримуватися трудової дисципліни;
- виконувати вказівки безпосередніх керівників виробничої практики від підприємства та коледжу;
- нести відповідальність за виконану роботу;
- не пізніше як за день до закінчення виробничої практики одержати відгук-оцінку керівника практики від коледжу;
- своєчасно здати та захистити звіт із практики.

Здобувачі фахової передвищої освіти під час проходження виробничої практики повинні бути дисциплінованими, принциповими, точними та акуратними у виконанні завдань і обов'язків.

За результатами практики здобувач фахової передвищої освіти повинен здати звіт та захистити його згідно з графіком.

Тривалість робочого часу здобувачів фахової передвищої освіти під час проходження практики регламентується Кодексом законів про працю України і складає від 16 до 18 років – не більше 36 годин на тиждень (ст. 51 із змінами, внесеними Законами № 871-12 від 20.03.91, № 3610-12 від 17.11.93, № 263/95 ВР від 05.07.95), від 18 років і старше – не більше 40 годин на тиждень (ст. 50 в редакції Закону № 871-12 від 20.03.91, із змінами, внесеними Законом № 3610-12 від 17.11.93).

Перед початком практики здобувач фахової передвищої освіти має отримати у викладача-керівника практики направлення на практику і програму практики.

Перед відбуттям на практику здобувач фахової передвищої освіти має пройти у коледжі інструктаж з техніки безпеки і охорони праці.

Після закінчення практики здобувач фахової передвищої освіти повинен подати керівнику практики від коледжу:

- звіт про проходження практики;
- відгук з бази практики.

Практиканти повинні підготувати та надати на керівників практики від коледжу наступну звітність:

1. Звіт про проходження практики.

2. Відгук, який повинен бути підписаний керівником практики від підприємства та завірений печаткою підприємства.

Здобувачу освіти, який не виконав програму виробничої практики або за результатами такої практики отримав негативну оцінку, надається право на проходження цієї практики повторно після виконання умов визначених положенням про організацію освітнього процесу в коледжі.

5. Зміст виробничої практики

Здобувачі фахової передвищої освіти в процесі проходження виробничої практики проводять аналіз організаційної структури, особливостей функціонування та нормативно-правової бази підприємства, де проводиться практика, який відображається у формах, меті, засобах, методах організації діяльності, професійних цінностях, традиціях тощо.

У процесі аналізу необхідно порівняти параметри основних елементів діючої системи з її теоретичною моделлю, а також з кращими зразками таких систем, які функціонують в аналогічних виробничих умовах.

Програма практики

1. Загальне ознайомлення з діяльністю підприємства

На початку практики слід ознайомитись з організацією діяльності підприємства, його організаційною структурою управління, специфікою виробництва та реалізації товару (послуг). Звернути увагу на систему матеріально-технічного постачання.

0. Ознайомлення зі специфікою діяльності маркетингових служб на підприємствах

Необхідно визначити специфіку діяльності маркетингових служб підприємства, проаналізувати організаційну структуру управління підрозділом, розглянути положення про відділ, посадові обов'язки кожного працівника служби та визначити зв'язки служби маркетингу з іншими підрозділами підприємства, а також кожного працівника служби маркетингу окремо.

0. Організація, здійснення, аналіз маркетингових досліджень

Звернути увагу на методи маркетингових досліджень на підприємстві, систему опитування, формування інформаційної системи підприємства. Окремо слід звернути увагу на систему обробки інформації, наявність комп'ютерних програм, ознайомитись, як вони працюють. Визначити основні методи прогнозування попиту споживачів і розглянути можливості застосування інших методів на підприємстві, що є базою практики.

0. Аналіз звітності підприємства

Здійснити аналіз фінансових результатів діяльності підприємства (мінімум за три роки). Проаналізувати динаміку таких показників, як «Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції», «Чистий прибуток (збиток)», «Втрати на збут», «Дебіторська заборгованість», «Кредиторська заборгованість». Зробити висновки про ефективність діяльності підприємства.

0. Товарна політика підприємства, управління асортиментом, життєвий цикл товару

Вивчити продуктовий асортимент підприємства, визначити етап життєвого циклу певного товару чи послуги (на розсуд здобувача фахової передвищої освіти), конкурентоспроможні властивості товару та послуги.

0. Маркетингова цінова політика підприємства

Набути практичних навичок розрахунку ціни й ефективного здійснення цінової політики. Особливу увагу звернути на методи встановлення цін, розрахунки з партнерами, види цін, що застосовуються на підприємстві, цінову політику конкурентів; ознайомитись з

методами ціноутворення на підприємстві. Визначити, які види знижок застосовує підприємство при збуті власної продукції, визначити їх ефективність.

0. Канали розподілу та ефективність їх діяльності

Розглянути види каналів розподілу, що існують на підприємстві горизонтальні, вертикальні, прямі, побічні, змішані, прямого, зворотного напрямів та ін. Визначити посередників, послугами яких користується фірма, специфіку роботи з ними.

0. Маркетингова комунікаційна політика підприємства

Визначити систему організації комунікацій на підприємстві, види та етапи комунікаційної політики. Ознайомитись із організацією діяльності підприємства щодо зв'язків із громадськістю, шляхами налагодження таких зв'язків, методами досягнення найбільшої ефективності, процесами формування іміджу фірми тощо. Дослідити систему стимулювання збуту на підприємстві, визначити методи стимулювання персоналу, посередників, споживачів, постачальників, а також послідовні етапи стимулювання збуту підприємства; організацію особистих продажів на підприємстві та пропаганди, якщо вони існують.

0. Планування маркетингової діяльності

Проаналізувати систему планів підприємства, процес вибору маркетингової стратегії, формування стратегічного та маркетингового плану підприємства.

0. Контроль за виконанням маркетингових заходів

Ознайомитись із системою оцінювання ефективності впроваджених маркетингових заходів, видами контролю, які застосовуються підприємством (вхідний, проміжний, вихідний), та їх ефективністю. Визначити можливість застосування нових методів контролю на підприємстві.

Проходження виробничої практики повинно відповідати календарному плану і змісту (таблиця 5.1).

Таблиця 5.1 - Календарний план і зміст виробничої практики

№ п/п	Назви робіт	Кількість днів для виконання
1.	Здійснити загальне ознайомлення з діяльністю підприємства, його організаційною структурою управління, специфікою виробництва та реалізації товару (послуг, системою матеріально-технічного постачання).	2
2.	Ознайомитися із специфікою діяльності маркетингових служб на підприємстві, організаційною структурою управління підрозділом, положенням про відділ, посадовими обов'язками кожного працівника служби та визначення зв'язків служби маркетингу з іншими підрозділами підприємства, а також кожного працівника служби маркетингу окремо.	3
3.	Вивчити специфіку організації, здійснення і аналізу маркетингових досліджень на підприємстві, їх методів, системи опитування, формування інформаційної системи підприємства, системи обробки інформації, наявності і принципів роботи комп'ютерних програм. Визначити основні методи прогнозування попиту споживачів і можливостей застосування інших методів на підприємстві-базі практики.	2
4.	Проаналізувати фінансові результати діяльності підприємства (мінімум за три роки). Проаналізувати динаміку таких показників, як «Чистий дохід (виручка) від реалізованої продукції», «Чистий	3

	прибуток (збиток)», «Витрати на збут», «Дебіторська заборгованість», «Кредиторська заборгованість». Зробити висновки про ефективність діяльності підприємства.	
5.	Вивчити продуктовий асортимент підприємства, етап життєвого циклу певного товару чи послуги (на розсуд студента), конкурентоспроможні властивості товару та послуги.	2
6.	Набути практичних навичок розрахунку ціни й ефективного здійснення цінової політики. Ознайомитися із методами встановлення цін (ціноутворення), розрахунків з партнерами, видами цін, ціновою політикою конкурентів. Визначити, які види знижок застосовує підприємство при збуті власної продукції, визначити їх ефективність.	3
7.	Розглянути види каналів розподілу, що існують на підприємстві (горизонтальні, вертикальні, прямі, побічні, змішані, прямого, зворотного напрямів та ін.). Визначити посередників, послугами яких користується організація, специфіку роботи з ними.	2
8.	Визначити систему організації комунікацій на підприємстві, види та етапи комунікаційної політики. Ознайомитись із організацією діяльності підприємства щодо зв'язків із громадськістю, шляхами налагодження таких зв'язків, методами досягнення найбільшої ефективності, процесами формування іміджу фірми тощо. Дослідити систему стимулювання збуту на підприємстві, визначити методи стимулювання персоналу, посередників, споживачів, постачальників, а також послідовні етапи стимулювання збуту підприємства, організацію особистих продажів на підприємстві та пропаганди, якщо вони існують.	2
9.	Проаналізувати систему планів підприємства, процес вибору маркетингової стратегії, формування стратегічного та маркетингового плану підприємства.	3
10.	Ознайомитись із системою оцінювання ефективності впроваджених маркетингових заходів, видами контролю, які застосовуються підприємством (вхідний, проміжний, вихідний), та їх ефективністю. Визначити можливість застосування нових методів контролю на підприємстві.	3
	Всього:	25

6. Вимоги щодо оформлення звіту з практики

По закінченні практики здобувачі фахової передвищої освіти оформляють звіт, зміст якого визначається програмою практики. До звіту можуть входити визначені програмами матеріали (фото та характеристика підприємства, ліцензії, сертифікати, брошури, реклама, візитки, цифрові та табличні дані результатів проходження практики тощо).

У звіті повинна бути коротко викладена фактично виконана робота студентів із зазначенням методів, завдяки яким отримано результати. Звіт оформити за наступною структурою:

- титульний лист (додаток А);
- зміст звіту;
- вступ;
- основна частина звіту про виконання завдань практики;
- висновки;
- список використаної літератури;
- додатки (містять ті документи, на які студент посилається тексті);

- відгук керівника практики від підприємства (додаток Б).

У тексті звіту про виконання завдань практики представити повністю всю інформацію згідно робочої програми практики (розділ 5). Звіт разом з оформленим щоденником підшивається в папку швидкозшивачем.

Текст набирається на аркушах паперу стандартного формату А4 з використанням шрифтів текстового редактора Times New Roman, кеглем 14, через 1,5 інтервали з дотриманням таких розмірів полів: верхнього і нижнього – 20 мм, лівого – 30 мм, правого – 10 мм. Нумерація сторінок у верхньому правому куті. Обсяг звіту повинен складати не більше 40 сторінок.

Заголовки розділів виконують великими літерами, симетрично до тексту, наприклад: ЗМІСТ, ОСНОВНА ЧАСТИНА, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТКИ. Крапку в кінці заголовку не ставлять.

Список використаної літератури та інших документальних джерел, використаних під час роботи, розміщуються після висновків і оформляється відповідно до чинних стандартів.

Тексти звіту з проходження практики зазвичай ілюструються різноманітними відомостями, систематизованими за допомогою таблиць, схем, графіків, діаграм, а інколи й фотографій. Кількість ілюстрацій визначається їх змістом та потребами, повинна бути достатньою для того, щоб надати рукопису конкретності та естетичності (йдеться, зокрема, про запобігання за їхньою допомогою абсолютному домінуванню текстової форми викладення інформації), пояснити чи підтвердити думки, викладені автором. Усі ілюстративні матеріали розміщують у тексті одразу ж після посилання на них або (якщо бракує місця) на наступній сторінці.

Заголовки таблиць розміщують над ними і мають відображати основний її зміст та вказувати на об'єкт і період, до якого відносяться дані. Справа над тематичним заголовком з великої літери пишуть слово «Таблиця», її порядковий номер. Знак «№» перед цифрою не ставиться. Номер таблиці складається з номера питання та порядкового номера таблиці. Наприклад: Таблиця 2.3. (третя таблиця другого питання).

Кожна таблиця повинна, як правило, розміщуватися на одній сторінці. Перенос її на наступну сторінку допускається, якщо в ній містяться взаємопов'язані характеристики об'єкта дослідження. При переносі таблиці у правому верхньому кутку наступної сторінки слід писати: «Продовження (або закінчення) таблиці...».

У разі перенесення таблиці на іншу сторінку над подальшими частинами пишеться, «Продовження табл. 2.1», а далі продовжується таблиця.

Наприклад:

Приклад побудови таблиці наведений у таблиці 6.1.

Таблиця 6.1 – Структура та динаміка елементів витрат у ПАТ «Дніпро»

Елементи витрат на виробництво	2017 рік		2018 рік		Зміна частки, %
	Абсолютне значення, тис. грн	Частка, %	Абсолютне значення, тис. грн	Частка, %	
1	2	3	4	5	6
Матеріальні витрати	70 291	67,70	217 495	61,64	–6,06
Витрати на оплату праці	27 280	26,30	87 602	24,80	–1,50
Відрахування на соціальні заходи	1 300	1,25	2 230	0,64	–0,61

Продовження табл. 6.1

1	2	3	4	5	6
Амортизація	894	0,86	9851	2,79	1,93
Інші витрати	4 066	3,92	35 704	10,13	6,21
Разом витрат	103 831	100,0	352 882	100,0	-

Таблицю розміщують по тексту після першого посилання на неї. Громіздкі таблиці допоміжного чи довідкового характеру слід винести у додатки.

Формули, на які є посилання в тексті, нумеруються в межах розділу арабськими цифрами. Номер формули складається з номера питання та порядкового номера формули, розмежованих крапкою. Номер формули слід взяти у дужки і розмістити на правому полі на рівні нижнього ряду формули, до якої він відноситься. Допускається наскрізна нумерація формул по всій роботі.

Наприклад: розрахунок абсолютного відхилення Фонду оплати праці на підприємстві складається з наступних елементів:

$$\text{ФОП}_{\text{абс}} = \text{ФОП}_{\text{ф}} + \text{ФОП}_{\text{пл}}, \quad (6.1)$$

де $\text{ФОП}_{\text{абс}}$ – абсолютне відхилення Фонду оплати праці на підприємстві;

$\text{ФОП}_{\text{ф}}$ – фактичний Фонд оплати праці;

$\text{ФОП}_{\text{пл}}$ – плановий Фонд оплати праці;

Формули, що йдуть одна за одною і не розділені текстом, або після яких пояснюються її символи, відокремлюють комою. В іншому випадку після формули ставиться крапка.

Ілюстрації (малюнки, графіки, схеми, діаграми). Наявність у роботі ілюстрацій, які називаються «рисунками» (схеми, діаграми, графіки), дає змогу викласти матеріал більш доказово, полегшує його сприйняття. Заголовки рисунків розміщують під ними. Знизу під графіком, схемою діаграмою тощо з великої літери пишуть слово «Рис.» і його порядковий номер. Знак «№» перед цифрою не ставиться. Номер рисунку складається з номера питання та порядкового номера рисунку. Наприклад: Рис. 1.1. (перший рисунок першого питання). В рисунках обов'язково вказується масштаб.

Кожен рисунок розміщується по тексту після першого посилання на нього або на наступній сторінці, якщо рисунок завеликий. Рисунки допоміжного чи довідкового характеру слід винести у додатки.

Наприклад:

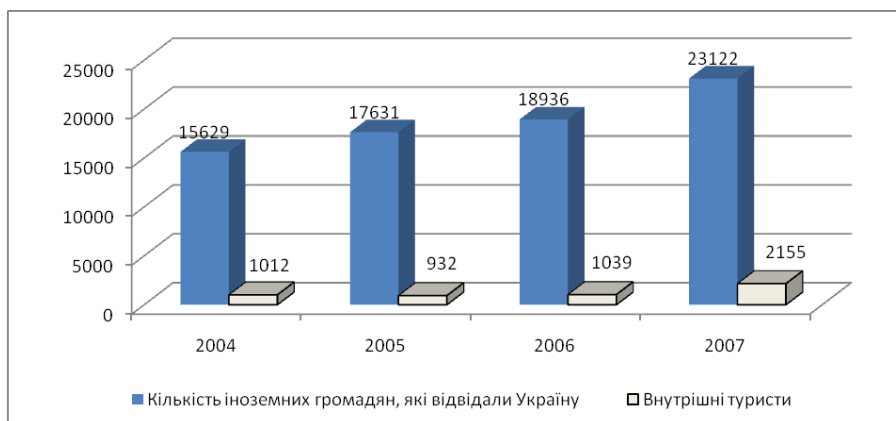


Рис. 1.1. - Динаміка туристичних потоків в Україні за 2004-2007 роках

Цитати у роботі, які наведені дослівно, беруться в лапки. Після закінчення цитати або цифрової інформації у квадратних дужках зазначається порядковий номер джерела, який міститься у списку використаної літератури; далі через кому сторінка, звідки взята цитата чи цифра. Наприклад, посилання [5, с.10] означає, що цитату взято з джерела, зазначеного у списку літератури під номером 5 на сторінці 10. При цитуванні текстів з газет, інформативних матеріалів готелю, невеликих за обсягом нормативних документів посилання на сторінки не

обов'язкове. Наприклад: [23]. При посиланні на непряме цитування у квадратних дужках додатково зазначається «див». Наприклад: [див. 7, с.25].

Оформлення додатків. Додатки не включаються в загальний обсяг роботи та вміщувати в себе всі необхідні матеріали, на які по тексту є посилання.

Після списку літератури на окремому аркуші вказуємо «ДОДАТОК». «ДОДАТОК» пишеться у правому верхньому кутку. Знак «№» перед цифрою не ставиться. Нумерація додатків здійснюється послідовно в буквах (А, Б, В...). Додатки позначаються заголовними літерами української абетки: А, Б, В, Д, Ж тощо (наприклад, «Додаток А», «Додаток Б» і т.д.). Винятком є літери І, Є, З, І, Ї, О, Ч, Ї. Нумерація сторінок ведеться окремо по кожному додатку.

В якості додатків не можуть бути використані законодавчі та нормативні акти (або витяги з них). Оформлення таблиць та графічного матеріалу в додатках проводиться так, як було показано вище, крім нумерації таблиць і рисунків.

7. Підведення підсумків практики

Заключне оформлення практики відбувається наприкінці практики, для чого виділяється 2-3 дні.

Вважаються тими, хто виконав навчальний план і переводяться на наступний курс ті особи:

- які виконали робочу програму практики;
- отримали позитивний відгук від керівника практики підприємства;
- хто оформив звіт у відповідності до вимог;
- ті, хто захистив звіт з практики протягом встановленого терміну.

Результати захисту оцінюються за системою, яка запропонована коледжем і заносяться до відомості в день захисту.

Кількість балів знімається за порушення таких вимог:

1. Невідповідне оформлення (поля, шрифт та інтервал не відповідають встановленим вимогам; відсутня або неправильна нумерація сторінок; неправильне оформлення графічного матеріалу, таблиць, рисунків, формул тощо) – 0,5 бала.

2. Несвоєчасне затвердження плану, несвоєчасна реєстрація звіту про проходження практики та індивідуального завдання студента, несвоєчасне їх подання до захисту – 0,5 бала.

3. Відсутня логічна послідовність і науковий стиль викладення матеріалу – 1 бал.

4. Виклад теоретичної частини не відповідає вимогам (відсутність глибини, всебічності, повноти викладення матеріалу, визначення дискусійних питань тощо) – 1 бал.

5. Відсутність табличного та ілюстративного матеріалу, його аналізу та прив'язки до змісту тексту – 0,5 бала.

6. Відсутність визначених проблем у вивченні теми, шляхів їх вирішення, відсутність власної точки зору та аргументації – 0,5 бала.

7. Невідповідність висновків вимогам (відсутність зв'язку з результатами дослідження, підсумків з розглянутих питань) – 1 бал.

8. Неправильно оформлений перелік посилань – 0,5 бала.

Критерії оцінювання практики наведено в таблиці 7.1.

Таблиця 7.1 – Критерії оцінювання виробничої практики

№	Вид контролю	Бали
1	Виконання завдань практики	3,00
2	Оформлення звіту (правильність та якість)	1,00
3	Виступ з доповіддю на захисті практики	0,50
5	Відповіді на запитання	0,50
	Загальна сума балів	5,00

У залежності від суми набраних балів виставляються оцінки 5-ти бальної шкали (таблиця 7.2).

Таблиця 7.2 – Оцінювання виробничої практики

Оцінка за шкалою ECTS	
Оцінка	Означення
5	«Відмінно» (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
4	«Добре» (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
3	«Задовільно» (непогано, але зі значною кількістю помилок)
2	«Незадовільно» (з можливістю повторного складання)

Залікова оцінка виставляється за наступними критеріями:

«відмінно» – під час написання звіту про проходження практики здобувач фахової передвищої освіти виконав основні завдання практики, зробив висновки з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків і механізмів (алгоритмів) перебігу явищ (процесів), при цьому при захисті звіту показав уміння аналізувати, порівнювати, узагальнювати, абстрагувати і конкретизувати, класифікувати і систематизувати матеріал та запропонував низку заходів щодо вдосконалення діяльності підприємства (організації), до розробки яких підійшов творчо.

«добре» – під час написання звіту про проходження практики здобувач фахової передвищої освіти виконав основні завдання практики, зробив висновки з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків і механізмів (алгоритмів) перебігу явищ (процесів), при цьому при захисті звіту показав достатні уміння та навички роботи з документацією та інформацією щодо результатів роботи підприємства (організації).

«задовільно» – під час написання звіту про проходження практики здобувач фахової передвищої освіти виконав основні завдання практики та індивідуальне завдання, але висновки, зроблені здобувачем фахової передвищої освіти не враховують причинно-наслідкових зв'язків і механізмів (алгоритмів) перебігу явищ (процесів), при цьому при захисті звіту він показав недостатні уміння та навички роботи з документацією та інформацією щодо результатів роботи підприємства (організації).

Підсумки практики підводяться під час захисту звіту здобувачів фахової передвищої освіти та фіксуються в відомості обліку успішності групи, яка далі передається до навчального відділу коледжу.

8. Рекомендована література

1. Положення про практичну підготовку здобувачів фахової передвищої освіти. Наказ Міністерства освіти і науки України № 510 від 02.05.2023 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1055-23#Text>

ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ЗВІТ

про виконання програми виробничої практики

здобувача фахової передвищої освіти _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

групи _____

спеціальності 075 Маркетинг _____

база практики _____

(повна назва)

Керівник практики

Керівник практики від коледжу

від бази практики

(посада, прізвище, ініціали)

(посада, прізвище, ініціали)

(текст відгуку)

(посада)

(підпис)

(Π.Ι.Π.)