

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)
Кафедра маркетингу

Н. В. Карпенко, М. М. Іваннікова

ПРОГРАМА ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

щодо проходження практики здобувачами
вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг
освітня програма «Маркетинг» ступеня магістра



Полтава
ПУЕТ
2023

Автори: *Н. В. Карпенко*, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Полтавського університету економіки і торгівлі;
М. М. Іваннікова, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Полтавського університету економіки і торгівлі.

Рецензенти: *В. В. Писаренко*, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Полтавського державного аграрного університету;
Н. Я. Коновалова, директор з маркетингу та реклами Торговельного центру «Київ».

Рекомендовано до видання, розміщення в електронній бібліотеці та використання в освітньому процесі на засіданні вченої ради ПУЕТ, протокол № 11 від 29 вересня 2023 р.

Карпенко Н. В.

Програма та методичні рекомендації щодо проходження практики здобувачами вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг освітня програма «Маркетинг» ступеня магістра / Н. В. Карпенко, М. М. Іваннікова. – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 15 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).

Відповідальні за зміст навчально-методичного видання автори, рецензенти та завідувач кафедри маркетингу *Н. В. Карпенко*

Повне чи часткове відтворення, тиражування, передрук та розповсюдження даного видання без дозволу Полтавського університету економіки і торгівлі **ЗАБОРОНЕНО**

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Зміст виробничої практики для здобувачів вищої освіти I курсу	6
Зміст переддипломної практики для здобувачів вищої освіти II курсу.....	7
Документальне оформлення та захист підсумків виробничої практики	9
Вимоги щодо оформлення звіту.....	9
Шкала оцінювання.....	10
Додатки.....	11

ВСТУП

Практична підготовка здобувачів вищої освіти є складовою частиною у загальній підготовці майбутніх фахівців спеціальності 075 Маркетинг освітнього рівня магістра. Згідно із планом навчального процесу практична підготовка здійснюється у два етапи: виробнича практика є завершальним етапом засвоєння освітніх компонент професійного спрямування I курсу магістратури; переддипломна практика має на меті формування наукової складової та підготовки до написання кваліфікаційної роботи.

Метою практики є:

- поглиблення теоретичних знань здобувачів вищої освіти й отримання практичних навичок щодо стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємств, управління командною роботою маркетингового підрозділу, консультування підприємств у сфері маркетингу, розвиток креативного мислення;*
- формування у здобувачів вищої освіти професійних умінь, здатності прийняття оптимальних управлінських рішень, виходячи з вимог макро- та мікросередовища;*
- виховання внутрішньої потреби постійного оновлення професійних знань і творчого їх застосування у практичній діяльності.*

Умовою виконання завдань практики здобувачів вищої освіти є збір, обробка й підготовка маркетингової аналітичної інформації для виконання кваліфікаційної роботи.

Завданнями практики здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг є формування фахових практичних здібностей студентів на базі отриманих теоретичних знань відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за спеціальністю 075 Маркетинг.

Визначення баз практики здійснюється гарантом освітньої програми, завідувачем кафедри, виходячи з їх спроможності забезпечити виконання програми практики. Визначення бази практики за межами України здійснюється за згодою ректора університету.

Здобувачі вищої освіти з відривом від виробництва, які поєднують навчання з роботою, можуть проходити практичну підготовку через навчання на робочому місці у процесі виконання посадових обов'язків, якщо це забезпечує виконання програми практики та погоджено з гарантом освітньої програми та/або завідувачем кафедри.

Здобувачі вищої освіти без відриву від виробництва проходять усі види практики, визначені навчальним планом освітньої програми. Таким здобувачам вищої освіти можуть пропонуватися як бази проходження виробничої практики установи, підприємства й організації за їх основним місцем роботи.

Здобувачі вищої освіти з дозволу гаранта освітньої програми та/або завідувача кафедри можуть самостійно підбирати для себе місце проходження практики (базу практики) і пропонувати його керівнику виробничої практики Центру зв'язків із виробництвом.

Для здобувачів вищої освіти, які є іноземцями, місце проведення практики передбачається у контракті на підготовку таких фахівців і може бути на території України або на території держав їх походження.

З підприємствами, установами та організаціями, які визначені базами практики, Центр зв'язків із виробництвом укладає Договори на проведення виробничої практики здобувачів вищої освіти (додаток А).

ЗМІСТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ І КУРСУ

1. На відповідному рівні поглибити і навчитись застосувати теоретичні та методологічні основи прийняття управлінських рішень і відповідальності за них.

2. Навчитись аналізувати власну професійну придатність до діяльності у службі маркетингу на підприємстві.

3. Розвинути в собі фахові професійні якості майбутнього маркетолога.

4. Зібрати, обробити, проаналізувати інформацію та прийняти управлінські рішення на її основі.

5. Розвинути креативні підходи до прийняття типових маркетингових рішень.

6. Сформувати команду та скоординувати її дії для реалізації маркетингових рішень.

7. Розробити інноваційні проекти та запропонувати комплекс заходів з їх реалізації.

8. Розробити маркетинговий план і можливі стратегії розвитку підприємства, у тому числі в умовах невизначеності.

9. Надавати консультативні послуги щодо розвитку бізнесу з використанням маркетингового інструментарію.

Перелік компетентностей, які забезпечує практика на 1 курсі, та програмні результати навчання:

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання
ЗК01. Здатність приймати обгрунтовані рішення.	ПР01. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ЗК02. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).	ПР02. Уміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії і практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення завдань ринкового суб'єкта.
ЗК03. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.	ПР03. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обгрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
ЗК04. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.	
ЗК05. Навички міжособистісної взаємодії.	
ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізування інформації з різних джерел.	
ЗК08. Здатність розробляти проекти та управляти ними.	

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання
<p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК02. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК03. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК04. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК05. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК06. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК07. Здатність розробляти й аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та способи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК08. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта й оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК09. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу</p>	<p>ПР04. Уміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР07. Уміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР09. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування, стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку</p>

ЗМІСТ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ІІ КУРСУ

1. Обробити великі масиви інформації та на її основі запропонувати необхідні маркетингові рішення.
2. Розробити інноваційний проект у сфері маркетингу та сформувати необхідний інструментарій для його реалізації.
3. Запропонувати заходи із підвищення ефективності маркетингової діяльності на підприємстві.

4. Провести діагностику ринкового суб'єкта та сформувані заходи його стратегічного розвитку.

5. Сформувані набір маркетингового стратегічного інструментарію для реалізації інноваційних маркетингових ідей на підприємстві.

Перелік компетентностей, які забезпечує практика на 2 курсі, програмні результати навчання

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання
<p>ЗК01. Здатність приймати обгрунтовані рішення.</p> <p>ЗК02. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізування інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК08. Здатність розробляти проекти й управляти ними.</p> <p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК02. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК03. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК04. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК05. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК07. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та способи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК08. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта й оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК09. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу</p>	<p>ПРО2. Уміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення завдань ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРО6. Уміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу й управляти ними.</p> <p>ПРО9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування, стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти й аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів і спеціалізованого програмного забезпечення</p>

ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ТА ЗАХИСТ ПІДСУМКІВ ВИРОБНИЧОЇ ТА ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИК

Загальну організацію та контроль за проведенням виробничої та переддипломної практик здійснює керівник від кафедри маркетингу ПУЕТ.

За результатами виконання програм практик, керівник від кафедри маркетингу проводить аналіз проходження здобувачем вищої освіти виробничої та переддипломної практик, щодо виконання програми практики, визначаються вміння здобувача вищої освіти застосовувати теоретичні знання на практиці, виявлені під час практичної підготовки.

Підведення підсумків (захист) виробничої та переддипломної практик проводиться у формі співбесіди зі здобувачами вищої освіти за звітом із практики. Оцінювання результатів проводиться на кафедрі маркетингу після перевірки поданого здобувачем вищої освіти звіту за кожним видом (виробнича та переддипломна) практики відповідно до графіків освітнього процесу, затверджених ректором ПУЕТ на навчальний рік.

Загальна кількість балів за виробничу та переддипломну практики вносяться у відомість обліку успішності та залікову книжку здобувача вищої освіти й засвідчується підписами керівника від кафедри за кожним видом практики окремо.

ВИМОГИ ЩОДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ

Звіт складається за кожним видом практики (виробнича та переддипломна) окремо та подається на розгляд кафедри маркетингу після проходження практики на кожному курсі відповідно до графіків освітнього процесу.

Структура звіту:

1. Титульний аркуш (додаток Б).
2. Відмітки про проходження практики (додаток В).
3. Відгук і оцінка роботи здобувача вищої освіти на практиці (додаток Г).
4. Зміст.
5. Вступ (мета та завдання практики).
6. Основна частина.
7. Висновки.
8. Список використаних інформаційних джерел.

Основну частину звіту поділяють на розділи, перелік і послідовність яких визначається змістом програми практики. Сторінки звіту повинні бути пронумеровані; першою сторінкою є титульний аркуш, на ньому номер сторінки не ставлять. Звіт виконують за допомогою комп'ютерної техніки та роздруковують у форматі аркуша А4, шрифт Times New Roman, кегель 14, інтервал – 1,5. Розміри полів: ліве, верхнє, нижнє – 20 мм; праве – 10 мм. Обсяг звіту – 15–20 сторінок.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРАКТИКИ

Сума балів	Оцінка за шкалою ЄКТС*	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Добре
74–81	C	
64–73	D	
60–63	E	Задовільно
35–59	FX	Незадовільно
1–34	F	

* ЄКТС – Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система.

ДОДАТКИ

Додаток А

ДОГОВІР №

на проведення виробничої практики здобувачів вищої освіти Полтавського університету економіки і торгівлі

м. Полтава

«__» _____ 20__ р.

Ми, що нижче підписалися, з однієї сторони **Полтавський університет економіки і торгівлі**, (далі – «Університет»), в особі ректора _____, що діє на підставі Статуту і, з другої сторони, _____
(назва підприємства, організації, установи)

(надалі – «База практики»), в особі _____,
(посада, прізвище та ініціали)

що діє на підставі _____
(статут підприємства, розпорядження, доручення)

уклали між собою договір на проведення практики здобувачів вищої освіти _____

1. База практики зобов'язується:

1.1. Прийняти здобувачів вищої освіти на практику згідно з графіком навчального процесу:

№ з/п	Спеціальність, освітня програма	Курс	Вид практики	Кількість здобувачів вищої освіти	Термін практики	
					початок	закінчення

1.2. Призначити наказом (розпорядженням) кваліфікованих фахівців для безпосереднього керівництва практикою здобувачів вищої освіти.

1.3. Створити необхідні умови для виконання здобувачами вищої освіти програми виробничої практики, не допускати їх використання до зайняття посад і виконання робіт, що не відповідають програмі практики та майбутньому фаху.

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

1.5. Надати здобувачам вищої освіти-практикантам можливість користуватись матеріально-технічними засобами та інформаційними ресурсами, необхідними для виконання програми практики.

1.6. Про всі порушення трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку та інші порушення повідомляти Університет.

1.7. Після закінчення практики надати характеристику на кожного здобувача вищої освіти-практиканта, у якій відобразити виконання програми практики, якість підготовленого звіту тощо.

1.8. Надати здобувачам вищої освіти можливість збору інформації для виконання курсових і дипломних робіт за результатами діяльності підприємства, яка не є комерційною таємницею.

2. Університет зобов'язується:

2.1. До початку практики надати базі практики для погодження програму практики, а не пізніше ніж за тиждень – список здобувачів вищої освіти, яких направляють на виробничу практику.

2.2. Призначити керівниками практики кваліфікованих викладачів.

2.3. Забезпечити додержання здобувачами вищої освіти трудової дисципліни і правил внутрішнього трудового розпорядку. Брати участь у розслідуванні комісією бази практики нещасних випадків, якщо вони сталися зі здобувачами вищої освіти під час проходження практики.

2.4. Не розголошувати використану інформацію про діяльність підприємства через знищення курсових, дипломних робіт і звітів у встановленому порядку.

3. Відповідальність сторін:

3.1. Сторони відповідають за невиконання покладених на них обов'язків щодо організації і проведення виробничої практики згідно із законодавством про працю в Україні.

3.2. Усі суперечки, що виникають між сторонами за договором, вирішуються у встановленому порядку.

3.3. Договір набуває сили після його підписання Сторонами і діє _____.

3.4. Договір складений у двох примірниках: по одному – базі практики і університету.

3.5. Своім підписом під цим договором кожна зі Сторін договору відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» надає іншій Стороні згоду (дозвіл) на обробку, використання, зберігання персональних даних у письмовій та/або електронній формі в обсязі, що міститься у цьому Договорі.

4. Місцезнаходження сторін і розрахункові рахунки:

Полтавський університет економіки і торгівлі: _____

База практики: _____

Підписи та печатки:

Полтавський університет економіки і торгівлі	База практики: _____ _____ _____
_____ <i>(підпис)</i> <i>(прізвище та ініціали)</i>	_____ <i>(підпис)</i> <i>(прізвище та ініціали)</i>
М.П. « ____ » _____ 20__ р.	М.П. « ____ » _____ 20__ р.

Додаток Б

Зразок титульного аркуша звіту із проходження практики ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут _____
Форма навчання _____
Кафедра _____

ЗВІТ із практики

здобувача вищої освіти _____ курсу
спеціальності _____
освітньої програми _____
ступеня _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

База практики _____

Керівники практики
від підприємства, установи, організації

(посада, прізвище, ініціали, підпис)

від кафедри _____

(посада, вчене звання, прізвище, ініціали, підпис)

Звіт захищено «_____» _____ 20__ р.

Оцінка _____

Члени комісії _____

(прізвище, ініціали, підпис)

Полтава 20__

Навчально-методичне видання

КАРПЕНКО Наталія Володимирівна
ІВАННІКОВА Марина Миколаївна

**ПРОГРАМА
ТА МЕТОДИЧНІ
РЕКОМЕНДАЦІЇ
щодо проходження практики**

Редагування *Л. М. Діденко*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 0,9.
Зам. № 304/2177

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 7892 від 21.07.2023 р.