

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра маркетингу**

Н.В. Карпенко, М.М. Іваннікова

**ПРОГРАМА ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
Щодо проходження виробничої практики здобувачами ви-
щої освіти 1 курсу ступеня молодшого бакалавра спеціаль-
ності 075 «Маркетинг»
освітня програма «Маркетинг»**

**ПОЛТАВА
ПУЕТ
2021**

Автори: *Н.В. Карпенко*, д.е.н. професор, зав. кафедри маркетингу;
М.М. Іваннікова, к.е.н., доцент, доєнт кафедри маркетингу

Рецензенти: *В.В. Писаренко*, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу Полтавського державного аграрного університету;
Н.Я. Коновалова, директор з маркетингу та реклами Торговельний центр «Київ»

Рекомендовано до видання, розміщення в електронній бібліотеці та використання в освітньому процесі вченою радою ПУЕТ, протокол № 3 від 11 лютого 2021 р.

ЗМІСТ

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ.....	4
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ВИРОБНИЧОЮ ПРАКТИКОЮ.....	4
ЗМІСТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ.....	5
ВИМОГИ ЩОДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ	5
ЗАХИСТ ЗВІТУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПРАКТИКИ.....	6
ДОДАТКИ.....	7

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Метою практики є оволодіння студентами сучасними методами, формами організації та знаряддями праці в галузі їх майбутньої професії, формування у них на базі одержаних у вищому навчальному закладі 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.

Фахівець-маркетолог під час проходження маркетингової виробничої практики повинен опанувати підходи до визначення джерел інформації, необхідної маркетологам в процесі проведення кабінетних досліджень, збору та аналізу інформації про стан господарської, виробничої, ринкової діяльності підприємства, взаємодію зі споживачами, постачальниками, посередниками та конкурентами, а також інформації, необхідної для прогнозування попиту, подальшого планування.

У відповідності з освітньо-професійною програмою молодшого бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг» фахівець повинен набути компетентностей, направлених на розвиток здатностей використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень; аналізувати та визначати особливості функціонування ринків; обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу; проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими тощо.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ

Навчально-методичне керівництво та проведення практики забезпечує кафедра маркетингу у терміни, що зазначені в навчальному плані даної спеціальності та згідно графіку навчального процесу на поточний навчальний рік.

Розподіл студентів за об'єктами практики проводиться центром зв'язків із виробництвом і директором навчально-наукового інституту бізнесу та сучасних технологій ПУЕТ. Студенти також мають право самостійно підібрати для себе місце проходження практики.

Перед початком практики студенти отримують від керівників практики від кафедри індивідуальних завдань та необхідних інструкцій

щодо проходження практики і виконання завдань програми практики, а також перевірки та прийомі захисту звітів.

ЗМІСТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Студент повинен виконати перелічені нижче завдання.

1. Ознайомлення з інформаційним забезпеченням маркетингових досліджень ринку, способами збирання первинної інформації, основними видами і джерелами вторинної інформації, теорією вибіркового спостереження при дослідженнях ринку товарів і послуг, які використовуються на підприємстві. Запропонувати власний варіант.
2. Вивчення особливостей функціонування ринку товарів чи послуг, вивчення інформації про товарорух, виконання договірних зобов'язань, динаміку товароруху, показники виробництва ринкових послуг.
3. Вивчення моніторингу кон'юнктури товарного ринку, систему показників кон'юнктури ринку, методи аналізу та прогнозування кон'юнктури товарного ринку.
4. Вивчення системи показників ринкової інформації про ціни, методи розрахунку і структуру споживчих цін на окремі товари, методи розрахунку і аналізу індексів цін.
5. Вивчення системи показників, що характеризують поведінку споживача на ринку товарів і послуг, еластичність попиту від ціни та доходу, структуру споживачів, їх купівельну спроможність і активність, показники для аналізу результатів поведінки споживачів на ринку.
6. Ознайомлення із системою показників, що характеризують результативність маркетингової діяльності підприємства на ринку

ВИМОГИ ЩОДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ

Структура звіту:

- 1) Титульний аркуш (додаток А).
- 2) Зміст (додаток Б).
- 3) Вступ (мета та завдання виробничої практики).
- 4) Основна частина.
- 5) Висновки.
- 6) 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.

ЗАХИСТ ЗВІТУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПРАКТИКИ

Підготовлений звіт у перший робочий день після закінчення практики та стажування подають на перевірку керівнику практики й захищають у день, визначений графіком кафедри. Захист звіту приймає комісія, яку призначає завідувач кафедри з числа викладачів, з обов'язковим включенням до комісії керівника практики від кафедри. Оцінювання здійснюється за критеріями, відображеними в Листі оцінювання захисту звіту із практики (додаток В). Оцінка за результатами практики та стажування фіксується на титульному аркуші звіту, у відомості та в заліковій книжці студента. У відомості обліку успішності, заліковій книжці та на титульному аркуші звіту виставляють загальну підсумкову оцінку за 100-баловою системою та оцінку за 4-баловою системою.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРАКТИКИ

СУМА БАЛПВ	ОЦІНКА ЗА ШКАЛОЮ ЄКТС*	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно
1-34	F	

* ЄКТС – Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система

Додаток А
Зразок титульного аркуша звіту з практики

ЗАТВЕРДЖЕНО Наказ Вищо-
го навчального закладу Укооп-
спілки «Полтавський універси-
тет економіки і торгівлі»
08 липня 2015 року № 152-Н
Форма № П-1.14

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Кафедра маркетингу

З В І Т
ПРО ВИРОБНИЧУ ПРАКТИКУ

Допускається до захисту «__» _____ 20__ р.

Керівник _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Захищено на _____
Члени комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

Виконав студент(-ка) гр. _____
спеціальності _____

(ПІБ)

Керівник _____
(ПІБ,

науковий ступінь, вчене звання)

Полтава – 201__

Додаток Б

Зразок оформлення змісту звіту про проходження виробничої практики

ЗМІСТ

Вступ

1. Загальна характеристика об'єкта практики
2. Характеристика організаційно-управлінської структури підприємства
3. Характеристика основних напрямів маркетингової діяльності підприємства
4. Набуття практичних навичок із різних напрямів маркетингової діяльності підприємства (опис виконаних видів роботи)
5. Основні напрями поліпшення діяльності підприємства

Висновок

Додаток В
Лист оцінювання захисту звіту з виробничої практики

(вид та назва практики)

виконаної студентом(-кою) _____ курсу напрямку підготовки/спеціальності

(прізвище, ім'я, по батькові)

Критерії оцінювання	Бали	
	керівник	комісія
<i>Виконання завдань практики (до 50 балів)</i>		
Повнота виконання програми практики (до 10 балів)		
Використання математичних та статистичних методів, методів моделювання, комп'ютерних технологій (до 5 балів)		
Використання новітніх інформаційних джерел, чинних нормативних та законодавчих документів (до 5 балів)		
Творчий підхід до аналізу проблеми, оригінальність підходів та наукова новизна результатів дослідження (до 15 балів)		
Наявність у звіті необхідних матеріалів (таблиць, графіків, схем, додатків) (до 5 балів)		
Обґрунтованість висновків і практична значущість рекомендацій (пропозицій) (до 10 балів)		
<i>Оформлення звіту (до 20 балів)</i>		
Відповідність чинним стандартам щодо оформлення звіту в цілому (титольний аркуш, зміст, структура, посилання на інформаційні джерела) (до 10 балів)		
Відповідність чинним стандартам щодо оформлення таблиць, формул, графічних ілюстрацій та інформаційних джерел (до 10 балів)		
<i>Захист (до 30 балів)</i>		
Презентація результатів (до 15 балів)	×	
Аргументованість та повнота відповідей на запитання (до 15 балів)	×	
<i>Усього балів</i>		
<i>Підсумкова оцінка за національною шкалою</i>		
<i>Підсумкова оцінка за шкалою ЄКТС</i>		
<i>Підпис членів комісії</i>		
<i>Дата захисту</i>		