

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

НАСКРІЗНА ПРОГРАМА ПРАКТИКИ

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма: Маркетинг

Другий (магістерський) рівень вищої освіти

Умань - 2023 рік

Розробники програми:

Пачева Н. О. к.е.н., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Лутай Л.А. д.е.н., професор кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Білошкурська Н. В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Рибницька І. О., директор «Благодійний фонд історико-культурний центр міста Умані»

Корнєєва О. О., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, ОПІ Маркетинг

Наскрізна програма практики розглянута на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Протокол № 12 від «19» травня 2023 р.

Завідувач кафедри

(Світлана ПОДЗІГУН)

Обговорена та рекомендована до затвердження на засіданні науково-методичної комісії Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти УДПУ імені Павла Тичини

Протокол № 9 від «25» травня 2023 р.

Голова науково-методичної комісії інституту

(Наталія ПАЧЕВА)

Наскрізна програма практики затверджена на засіданні навчально-методичної ради університету

Протокол № 6 від «21» червня 2023 р.

Голова навчально-методичної ради університету

(Валентина РОЗГОН)

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце практик в професійній підготовці здобувача вищої освіти

Практична підготовка здобувачів закладів вищої освіти здійснюється згідно із статтею 43 Закону України «Про вищу освіту» і є однією з форм організації освітнього процесу та обов'язковим компонентом освітньо-професійної програми Маркетинг. Згідно з положенням «Про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України», затвердженого наказом Міністерства освіти України від 08.04.1993 р., практика є важливою та невід'ємною складовою освітнього процесу здобувачів вищої освіти, під час якої вони набувають практичних навичок підготовки фахівців та ознайомлюються із особливостями майбутньої професійної діяльності відповідно до різних освітніх ступенів.

Наскрізна програма практики складається на підставі освітньо-професійної програми, Закону України «Про освіту» (прийнятий від 05.09.2017 р.), «Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України», затвердженого наказом МОН України від 8 квітня 1993 р. № 93», Положення «Про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» (затвердженого на засіданні вченої ради 25 жовтня 2022 року, протокол № 4), Положення «Про організацію практик в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» (денної та заочної форм навчання) (затвердженого на засіданні вченої ради 26 січня 2021 року, протокол № 10), Положення про дистанційне навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини (затвердженого на засіданні вченої ради 25 червня 2019 року, протокол № 16), Регламенту організації практики здобувачів вищої освіти Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти у дистанційному режимі (затвердженого на засіданні вченої ради інституту 25 вересня 2020 року, протокол № 2) та Завдань програм практик до умов реалізації дистанційного навчання (затвердженого на засіданні вченої ради інституту 15 лютого 2022 року, протокол № 10).

Наскрізна програма практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг – це основний навчально-методичний документ, що визначає концептуальні засади практичної підготовки фахівців відповідно до освітньої програми.

Наскрізна програма практики відповідно до навчального плану, визначає мету, завдання та місце виробничої практики у структурно-логічній схемі підготовки фахівця.

1.2. Мета практичної підготовки

Мета виробничої практики полягає в закріпленні та вдосконаленні здобутих здобувачами вищої освіти знань, практичних умінь та навичок на

базі конкретного суб'єкта господарювання; оволодіння сучасними методами та формами організації роботи у сфері маркетингу; формування практичної готовності висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетингом, які здатні вирішувати складні задачі і проблеми в процесі професійної діяльності або навчання у сфері маркетингу.

1.3. Завдання практичної підготовки.

- ознайомлення студентів-практикантів з формами та методами ведення маркетингової діяльності, а також їхньому практичному оволодінню новими знаннями з маркетингу;
- виховання у студентів творчого підходу до роботи, формуванню потреби у самовдосконаленні, підвищенні своєї кваліфікації;
- формування вміння критично оцінювати робочу ситуацію та робити на їх основі висновки щодо організації власної діяльності в сфері маркетингу;
- набуття вмінь і навичок коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування;
- здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків;
- формування умінь і навичок коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування;
- ознайомлення безпосередньо на підприємстві (установі, організації) з інноваційними технологіями ведення маркетингової діяльності;
- здійснення на належному рівні теоретичних та прикладних досліджень у сфері маркетингу.

1.4. Компетентності здобувача вищої освіти

Програма передбачає планове, поетапне засвоєння здобувачами вищої освіти практичних і професійних навичок, застосування у реальних умовах теоретичних знань, отриманих під час вивчення дисциплін.

Компетентності являють собою динамічне поєднання знань, умінь та навичок, розуміння та здатностей, які отримують здобувачі вищої освіти під час практичної підготовки.

Проходження практики забезпечує формування у здобувачів вищої освіти наступних компетентностей:

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

Загальні компетентності:

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

- ЗК 4.** Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК 5.** Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК 6.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК 8.** Здатність розробляти проекти та управляти ними.
- ЗК 9.** Здатність до вдосконалення особистісних і професійних навичок та оволодіння сучасними знаннями.
- Фахові компетентності:**
- ФК 1.** Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- ФК 2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- ФК 3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- ФК 4.** Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
- ФК 5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- ФК 6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- ФК 7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
- ФК 8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
- ФК 9.** Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
- ФК 10.** Здатність застосовувати в практичній діяльності принципи стратегічного та інноваційного маркетингу.

II. Види та терміни проходження практик

Види та обсяг практик визначаються стандартом вищої освіти України за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ МОНУ № 960 від 10.07.2019 р.) і відображаються у навчальних планах (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Форма навчання	Курс	Годин	Кредитів	Вид практики
денна	I	270	9	Виробнича практика (2 семестр)
заочна	I	270	9	Виробнича практика (2 семестр)

Терміни практики регламентується відповідним графіком освітнього процесу.

III. Бази проведення практик

Базами проведення практики можуть бути сучасні підприємства (організації, установи), що мають необхідну матеріальну базу та кваліфіковані кадри.

Місця і бази практики визначаються договорами, що укладаються університетом і підприємствами (організаціями, установами), умовами контрактів, заявками підприємств, організацій, власним вибором місця практики здобувачем вищої освіти.

При підготовці фахівців за цільовими договорами з підприємствами (організаціями), бази практики передбачаються в цих договорах. З базами практики університет завчасно укладає договори на її проведення за відповідною формою. Тривалість дії договорів погоджується договірними сторонами та визначається на період конкретного виду практики або до п'яти років.

Здобувачі вищої освіти мають право самостійно за узгодженням з кафедрою маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, адміністрацією інституту добирати для себе місце проходження практики і пропонувати його для використання.

Підприємства (організації, установи), які використовуються як бази практики, повинні відповідати наступним вимогам:

- наявність структур, що відповідають ОПП Маркетинг, за якими здійснюється підготовка фахівців;
- можливість кваліфікованого керівництва практикою студентів;
- надання здобувачам вищої освіти на час практики можливості працювати на штатних посадах, робота на яких відповідає програмі практики (за наявності відповідних вакансій);
- надання здобувачам вищої освіти права користування бібліотекою, лабораторіями, технічною та іншою документацією, необхідною для виконання програми практики, з урахуванням політики конфіденційності підприємства;
- можливість наступного працевлаштування випускників ЗВО (на загальних підставах при наявності вакансій);
- наявність житлового фонду (за необхідністю).

IV. Організація практики

Виробнича практика з підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти проходить на першому курсі у 2 семестрі, 270 годин (9 кредитів).

Термін проведення: 6 тижнів.

Форма контролю: екзамен.

Навчально-методичне керівництво і проведення виробничої практики, а також зв'язок із базами практик контролює гарант освітньої програми.

До керівництва виробничою практикою здобувачів вищої освіти залучаються досвідчені викладачі кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, які брали безпосередню участь у виробничому процесі, де проводиться практика.

Організаційні питання практики, її хід і підсумки періодично обговорюються на засіданнях кафедри.

У разі настання обставин, які унеможливають відвідування баз практик, відповідно до рішення вченої ради інституту, наказу ректора, практика відбувається дистанційно.

Дистанційна форма проведення практик під час обставин, які унеможливають відвідування закладів освіти та баз практик, проводиться шляхом взаємодії між суб'єктами дистанційного проходження практик (здобувачі вищої освіти, керівники від закладу вищої освіти, керівники від баз практик), під час якої учасники одночасно спілкуються за допомогою засобів аудіо-, відео конференції та (або) можуть використовувати спеціальні електронні освітні ресурси (платформи, програмне забезпечення) для організації дистанційного виконання завдань програм практик та контролю за їх дотриманням через мережу Інтернет.

У рамках проходження практики в дистанційному режимі, офіційними є канали зв'язку зі студентами та керівниками практик: Viber, Google Meet, Zoom, Skype, електронна пошта, тощо.

Практична підготовка здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти в умовах, які унеможливають відвідування баз практик, здійснюється відповідно до розроблених в інституті та розміщених на сайті Завдань програм практик до умов реалізації дистанційного навчання.

Груповий керівник:

- перед початком практики забезпечує необхідною документацією з практики керівників баз практик, здобувачів вищої освіти;
- проводить інструктаж з техніки безпеки і охорони праці та контролює умови праці здобувачів вищої освіти;
- повідомляє здобувачів вищої освіти про порядок звітності з практики;
- у перший день практики разом з адміністрацією від бази практики закріплює здобувачів вищої освіти за місцем проходження практики;
- проводить засідання з академічною групою здобувачів вищої освіти щодо питань організації і проведення практики;
- надає практикантам консультації щодо виконання програми практики;
- бере участь у проведенні загального підсумку з практики; разом з керівником практики по інституту оцінює роботу здобувача вищої освіти;
- після завершення виробничої практики на основі звітів керівників від бази практики, аналізу документації, подану здобувачами вищої освіти, складає письмовий звіт про хід, результати практики із зауваженнями і

пропозиціями щодо подальшого вдосконалення та організації її проведення завідувачу кафедри та керівнику практики інституту.

Перед початком практики здобувач вищої освіти має отримати на кафедрі направлення на практику та програму практики.

Безпосередніми керівниками практики від бази практики є їх працівники. Вони здійснюють методичне керівництво практикою відповідно до затвердженої програми.

Характеристика розглядається та затверджується керівником підприємства (установи, організації).

В обов'язки практиканта входить: дотримання дисципліни праці, техніки безпеки і розпорядку робочого дня, прийнятих в даній організації, виконання завдань, підготовленого і затвердженого керівниками від кафедри і підприємства.

Здобувачі вищої освіти у період організації і проходження практики зобов'язані:

- за тиждень до початку практики прослухати лекцію з охорони життя і безпеки, виробничої гігієни та санітарії;
- до початку практики одержати від групового керівника практики консультації щодо оформлення необхідних документів;
- своєчасно прибути на базу практики;
- у повному обсязі виконати всі завдання, передбачені програмою практики і вказівки її керівників;
- вивчити і суворо дотримуватись правил охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії;
- у випадку відсутності або запізнення повідомляти про це групового керівника, пояснювати причину відсутності або запізнення, надавати необхідні документи, що засвідчують причину відсутності (довідку про хворобу тощо);
- відвідувати консультації, методичні наради, які проводить керівник з практики;
- у встановлений термін здавати звіт та матеріали практики.

Здобувачі вищої освіти мають право:

- звертатися до керівників практики університету, адміністрації баз практик з усіх питань, що виникають у процесі проходження практики;
- користуватися матеріальною базою, кабінетами та навчально-методичним забезпеченням, використовувати технічну, інформаційно-методичну та іншу документацію, необхідну для виконання програми практики.

V. Підведення підсумків практики

Після закінчення практики здобувач вищої освіти подає на кафедру звіт та матеріали практики.

Робота здобувачів контролюється керівниками практики від бази практики та кафедри.

Захист з практики проходить перед спеціально призначеною комісією з двох-трьох осіб за участю викладача – керівника практики від Інституту.

Здобувач вищої освіти повинен бути старанно підготовленим, а виступ коротким і змістовним та містити:

- визначення мети і завдань практики, методів дослідження;
- викладення запропонованих автором узагальнень, висновків, конкретних рекомендацій.

До захисту звіту допускаються здобувачі вищої освіти, які повністю виконали завдання програми практики, дотрималися всі вимог до написання та оформлення звіту.

При оцінюванні результатів практики враховуються такі показники: мотивація здобувача, дисциплінованість і відповідальне ставлення до виконання завдань практики; індивідуальні особливості здобувача – упевненість, урівноваженість, відкритість, готовність прийти на допомогу, комунікабельність, стиль спілкування, готовність до обговорення проблем, що виникають, до критичного самоаналізу власної діяльності, до сприйняття критики, толерантність; якість оформлення документації з практики, своєчасність здачі документації.

Критерії оцінки діяльності здобувачів вищої освіти під час практики:

90 – 100 балів – А («відмінно») ставиться в тому випадку, коли: робота за програмою практики здійснена практикантом на високому рівні; практикант проявив себе як організований, сумлінний, творчий під час виконання різних видів роботи, знає і вміє застосовувати у практичній діяльності сучасні технології і нові інформаційні засоби, користується повагою та авторитетом серед колективу бази практики, керівників практики; здав у визначений термін документацію, оформлену на високому рівні.

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

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

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

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

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

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

Переведення даних стобальної шкали оцінювання в національну шкалу та шкалу ECTS здійснюється в порядку, представленому в таблиці.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка в ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		прописом	цифрою
90 – 100	A	відмінно	5
82 – 89	B	добре	4
75 – 81	C		
69 – 74	D	задовільно	3
60 – 68	E		
35 – 59	FX	незадовільно	2
1 – 34	F		

Загальна оцінка за практику вноситься в заліково-екзаменаційну відомість та залікову книжку за підписом групового керівника після перевірки робочої документації. Оцінка за практику враховується стипендіальною комісією при визначенні рейтингу успішності здобувача вищої освіти.

VI. Зміст практик за видами

6.1. Виробнича практика

6.1.1. Мета практики

Мета виробничої практики полягає в закріпленні та вдосконаленні здобутих здобувачами вищої освіти знань, практичних умінь та навичок на базі конкретного суб'єкта господарювання; оволодіння сучасними методами та формами організації роботи у сфері маркетингу; формування практичної готовності висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями необхідними для ефективного управління маркетингом, які здатні вирішувати складні задачі і проблеми в процесі професійної діяльності або навчання у сфері маркетингу.

6.1.2. Завдання практики

- ознайомлення студентів-практикантів з формами та методами ведення маркетингової діяльності, а також їхньому практичному оволодінню новими знаннями з маркетингу;

- виховання у студентів творчого підходу до роботи, формуванню потреби у самовдосконаленні, підвищенні своєї кваліфікації;

- формування вміння критично оцінювати робочу ситуацію та робити на їх основі висновки щодо організації власної діяльності в сфері маркетингу;

- набуття вмінь і навичок коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування;

- здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків;

- формування умінь і навичок коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування;

- ознайомлення безпосередньо на підприємстві (установі, організації) з інноваційними технологіями ведення маркетингової діяльності;

- здійснення на належному рівні теоретичних та прикладних досліджень у сфері маркетингу.

6.1.3. Зміст діяльності здобувачів вищої освіти

Для досягнення визначених в освітніх програмах компетентностей та програмних результатів здобувачі повинні виконати запропоновані завдання.

1. Враховуючи індивідуальну траєкторію освітньої програми, обрати самостійно підприємство (установу, організацію) як базу практики.

2. Ознайомитися зі специфікою діяльності підприємства (установи, організації) - бази практики.

3. Ознайомитися з установчими документами підприємства (установи, організації) - бази практики.

4. Ознайомитися зі змістом, організацією та методами роботи та видами фінансово-господарської діяльності підприємства (установи, організації).

5. Проаналізувати основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства (установи, організації): фінансові результати господарської діяльності, що застосовується на підприємстві (провести аналіз динаміки обсягу та структури доходів підприємства, особливостей його формування від операційної діяльності підприємства (установи, організації)), розрахувати показників рентабельності підприємства (установи, організації) та оцінки чинників, що її визначають.

6. Проаналізувати основні показники маркетингової діяльності підприємства (установи, організації): місткість ринку, потенційні можливості ринку, частку ринку підприємства, відносну частку ринку стосовно основних конкурентів, провести сегментацію ринку.

7. Оцінити можливості та переваги підприємства (установи, організації), чинники, що впливають на конкурентоспроможність підприємства (установи, організації).

8. Визначити діючі маркетингові стратегії на підприємстві (установі, організації), охарактеризувати їх зміст та оцінити результати використання.

9. Провести оцінку ефективності маркетингової, діяльності підприємства (установи, організації). Визначити витрати на маркетингову діяльність та розрахувати основні показники ефективності, а саме: коефіцієнт ефективності маркетингових витрат, продуктивність маркетингу, швидкість обороту товарних запасів, коефіцієнт чистого прибутку.

10. Проаналізувати стан та динаміку попиту на продукцію підприємства. Оцінити ефективність збуту та зміни попиту на товари. Визначити місткість ринку.

11. Проаналізувати існуючі канали збуту та розподілу готової продукції, процеси обробки замовлень, цикл обслуговування споживачів та рівня логістичного сервісу на підприємстві.

12. Дослідити маркетингову цінову політику підприємства (установи, організації). Оцінити динаміку витратоємності реалізації товарів. Проаналізувати шляхи визначення розміру оплати рекламних, інформаційних та ПР-послуг.

13. Визначити сегмент ринку, потенційних споживачів, а також їх поведінкові особливості.

14. Розробити пропозицій щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства (установи, організації).

15. Оформити відповідно до вимог і подати для перевірки на кафедру маркетингу, менеджменту та управління бізнесом звіт та матеріали практики.

6.2.4. Форми звітності здобувачів вищої освіти про практику

Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти звітують про виконання завдань програми практики та індивідуального завдання.

Здобувачами вищої освіти подається на кафедру маркетингу, менеджменту та управління бізнесом для перевірки упродовж трьох днів після закінчення практики така документація:

1. Звіт здобувача про практику, підписаний здобувачем вищої освіти та груповим керівником. Звіт про проходження практики виконується у друкованому вигляді і повинен містити близько 5 сторінок. У звіті здобувач вищої освіти відповідно до індивідуального плану та завдань практики описує виконану ним роботу. Звіт виконується на папері формату А4 (210×297 мм). Поля: ліворуч – 20 мм, праворуч – 1,5 мм, зверху – 20 мм, знизу – 20 мм. При написанні звіту з використанням комп'ютерного набору використовується 1,5 інтервал, шрифт Times New Roman, кегль – 14 пт.

2. Характеристика про роботу здобувача вищої освіти завіряється керівником від бази практики.

3. Матеріали практики (індивідуальний план, дослідження підприємства/установи/організації відповідно до орієнтовного тематичного плану). Матеріали практики повинні містити 30-35 сторінок, не враховуючи додатків.

Здобувачі вищої освіти, які навчаються за індивідуальним графіком, працюють за фахом і місце роботи яких відповідає вимогам програми практик, подають витяг з трудової книжки (або ксерокопію трудової книжки, завірену керівником установи), довідку з місця роботи (якщо він працює за сумісництвом), характеристику та звіт.

6.2.5. Норми/Критерії оцінювання роботи здобувачів вищої освіти під час практики

Формою контролю виробничої практики є **екзамен**, який проходить перед комісією як *публічний захист*.

Максимальна кількість балів, яку студент може отримати за виробничу практику, становить 100 балів.

Система оцінювання академічних досягнень здобувачів вищої освіти з практики (максимальна кількість балів)

№ з/п	Найменування	Кількість балів
1. Звіт та матеріали практики – 80 балів		
1.1.	Оформлення звіту та матеріалів практики:	40 балів
1.1.1	<i>Відповідність змісту звіту поставленим цілям і завданням.</i>	<i>0-10</i>
	Наявність всіх складових та вчасне оформлення звіту; чітко, відповідно до режиму установи, розписана запланована робота здобувача вищої освіти на весь період практики; текст викладений грамотно.	8-10
	Звіт містить усі структурні елементи, однак текст потребує орфографічних та технічних правок.	4-7
	Звіт складений з неточностями, без врахувань видів робіт та заходів, передбачених програмою практики.	0-3

1.1.2	Правильність оформлення матеріалів практики (порядок розміщення, повнота, відсутність помилок)	0-15
	Здобувач неухильно дотримувався схеми аналізу об'єкту дослідження, інформація узгоджена, чітка та лаконічна, змістове та технічне оформлення матеріалу не викликає заперечень; текст викладений грамотно.	13-15
	Здобувач загалом дотримувався схеми аналізу об'єкту дослідження, інформація лаконічна, проте потребує уточнення, змістове та технічне оформлення матеріалу не викликає заперечень.	8-12
	Здобувач не дотримувався схеми аналізу, інформація потребує узгодженості та пояснень, змістове та технічне оформлення матеріалу потребує повного редагування	5-7
1.1.3	Наявність та якість оформлення додатків та відповідність їх оформлення встановленим критеріям (вимогам)	0-5
1.1.4	Правильність оформлення звіту та матеріалів практики (нумерація сторінок, оформлення титульного аркуша, дотримання вимог до розміру полів, шрифту, міжрядкового інтервалу та інше), відсутність технічних помилок	0-10
1.2.	Вимоги до змісту матеріалів практики:	40 балів
1.2.1	Якість і глибина виконання поставлених завдань	15
1.2.2	Наявність, системність і глибина особистого аналізу діяльності бази практики	15
1.2.3	Повнота матеріалів практики (відповідно до програми практики) та своєчасність подання для захисту на кафедрі	10
2. Захист матеріалів виробничої практики – 20 балів		
2.1.	Глибина оволодіння практичними навичками роботи	10
2.2.	Вміння стисло (в межах регламенту), послідовно й чітко викласти сутність і результати практики	5
2.3.	Повнота і ґрунтовність відповідей на запитання викладачів, здатність аргументовано захищати свої пропозиції, думки, погляди	5
	Усього (максимальна кількість балів)	100

Таким чином, якість оформлення звіту та матеріалів практики оцінюється в діапазоні від 0 до 80 балів, а результати захисту практики – від 0 до 20 балів.