

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

***РОБОЧА ПРОГРАМА***

**ОК.12 ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування  
Спеціальність: 075 Маркетинг  
Освітньо-професійна програма: Маркетинг  
Другого (магістерського) рівня вищої освіти

Європейська кредитно-трансферна система  
організації навчального процесу

Умань – 2023 р.

Робоча програма з виробничої практики для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми Маркетинг.

**Розробник:**

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

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

Протокол № 2 від “22” серпня 2023 року

Завідувач кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

Світлана ПОДЗІГУН

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні науково-методичної комісії Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти

Протокол № 1 від “24” серпня 2023 року

Голова науково-методичної комісії Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти

Наталія ПАЧЕВА

## 1. Вступ

Процес підготовки висококваліфікованих спеціалістів та реальний запит суспільства істотно підвищують рівень вимог до майбутніх фахівців, змінюють зміст і структуру завдань, які здобувачі вищої освіти мають вирішувати самостійно.

Практика спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачами вищої освіти за час навчання, набуття і удосконалення практичних навичок і умінь, формування та розвиток у студентів професійного вміння приймати самостійні рішення в умовах конкретної професійної ситуації, оволодіння сучасними знаннями з маркетингу.

У робочій програмі визначено усі аспекти проведення виробничої практики, що забезпечують єдиний комплексний підхід до її організації, системності, неперервності і послідовності навчання здобувачів вищої освіти.

Робоча програма виробничої практики розроблена відповідно до наскрізної програми, 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 р., 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 р., протокол № 10), Положення про дистанційне навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини (затвердженого на засіданні вченої ради 25 червня 2019 р., протокол № 16).

## 2. Мета і завдання 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.

**Завданнями виробничої практики є:**

- 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 вмій 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 умій 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.

### 3. Організація проведення 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.

#### **4. Освітній результат практики:**

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми здобувачі вищої освіти повинні володіти програмними результатами навчання:

ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН 16. Вирішувати практичні проблеми маркетингової діяльності підприємств в умовах глобалізації.

ПРН 17. Вміти виявляти щось нове у звичайному, розкривати його перспективи, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку і соціально-економічне зростання.

За результатами виробничої практики здобувачі вищої освіти повинні набути наступні **загальні та фахові компетентності**:

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.

## **5. 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.



## **Індивідуальні завдання**

За погодженням із керівником від бази практики, здобувач вищої освіти отримує індивідуальне завдання від групового керівника щодо висвітлення та опрацювання конкретної ситуації/проблеми у сфері маркетингу, яка потенційно може мати місце на базі практики.

### **ПЕРЕЛІК МОЖЛИВИХ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ**

1. Розробити пропозиції щодо удосконалення цінової політики підприємства та підвищення конкурентоспроможності його товарів (продуктів), послуг.
2. Розробити програму маркетингової, логістичної та рекламної діяльності з урахуванням попередньо проведеного аналізу маркетингової політики підприємства та оцінювання її привабливості.
3. Розробити маркетинговий механізм адаптації підприємства (установи, організації) до умов глобального конкурентного середовища.
4. Розробити програму лояльності задля зміни стратегії підприємства (установи, організації).
5. Розробити маркетинговий план підприємства (установи, організації) щодо оптимізації рентабельності його діяльності.
6. За допомогою SWOT- аналізу розглянути сильні і слабкі сторони підприємства (установи, організації) в конкурентній боротьбі.
7. Дослідити практику стимулювання споживачів, посередників, персоналу використання реклами, персональних продажів, участі у виставках, акції.

## **6. Вимоги до звіту про практику (звітна документація)**

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 (Додаток А), 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 (Додаток Б) завіряється керівником від бази практики.

3. Матеріали практики (Додаток В) (індивідуальний план (Додаток Г), дослідження підприємства/установи/організації відповідно до орієнтовного тематичного плану, індивідуальне завдання). 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.

## 7. Критерії оцінювання

Формою контролю виробничої практики є **екзамен**.

При оцінюванні результатів виробничої практики враховуються такі показники:

- мотивація здобувача – інтерес до даного виду практики, до роботи конкретно підприємства (установи, організації);
- 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.

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
<b>1. Звіт та матеріали практики – 80 балів</b>		
<b>1.1.</b>	<b>Оформлення звіту та матеріалів практики:</b>	<b>40 балів</b>
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	<i>Правильність оформлення матеріалів практики (порядок розміщення, повнота, відсутність помилок)</i>	<i>0-15</i>
	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	<i>Наявність та якість оформлення додатків та відповідність їх оформлення встановленим критеріям (вимогам)</i>	0-5
1.1.4	<i>Правильність оформлення звіту та матеріалів практики (нумерація сторінок, оформлення титульного аркуша, дотримання вимог до розміру полів, шрифту, міжрядкового інтервалу та інше), відсутність технічних помилок</i>	0-10
<b>1.2.</b>	<b>Вимоги до змісту матеріалів практики:</b>	<b>40 балів</b>
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
<b>2. Захист матеріалів виробничої практики – 20 балів</b>		
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
	<b>Усього (максимальна кількість балів)</b>	<b>100</b>

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.

***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		

### 8. Підведення підсумків практики (вид підсумкового контролю)

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.

Примірник звіту передається на кафедру для зберігання.

За проходження виробничої практики форма контролю – екзамен.

## **9. Список інформаційних джерел**

### **Основні:**

1. Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг / Литвиненко С. Л., Трегубов О. С., Войцеховський В. С., Семенда О. В. Київ : Кондор, 2022. 280 с.

2. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення: у схемах і таблицях / Смерічевська С. В., Жаболенко М. В., Чернишова С. В. Львів : Магнолія, 2022. 552 с.

3. Ларіна Я. С. Маркетинговий аудит. Херсон : Олді-Плюс, 2021. 332 с.

4. Стратегічний маркетинг: підручник / Смерічевська С. В., Жаболенко М. В., Чернишова С. В., Кислюк Л. В. Київ : Кондор, 2020. 172 с.

### **Допоміжні:**

1. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Т. 1. МОНМС України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2011. 334 с.

2. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Т. 2. МОНМС України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2011. 318 с.

3. Ільчук І. П., Фещур Р. В., Якимів А. І. Бізнес-планування та управління проектами. Львів : Новий світ - 2000, 2022. 2016 с.

4. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент: підручник. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк, 2011. 415 с.

5. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2023. 728 с.

6. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 332 с.

7. Бондаренко В. М. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Київ. нац. торг.- екон. ун-т. Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 224 с.
8. Ковальчук С. В. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Хмельницький : ХНУ, 2010. 291 с.
9. Крикавський Є. В. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. 379 с.
10. Лепейко Т. І. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Харк. нац. екон. ун-т. Харків : Вид. ХНЕУ, 2012. 103 с.
11. Рекламний менеджмент: навч. посіб / Луцій О. П., Ларіна Я. С., Забуранна Л. В., Ковшова І. О. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2014. 327 с.
12. Вихрущ В. О. Методологія та методика наукового дослідження Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2018. 327 с.
13. Кузьмичов А. І. Планування та управління проектами. Моделювання засобами MS Excel. Київ : Ліра-К, 2020. 179 с.
14. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 200 с.

#### **Інформаційні ресурси**

1. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України : веб-сайт. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Верховної Ради України : веб-сайт. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Офіційний сайт Національної бібліотеки ім. В. І. Вернадського : веб-сайт. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>

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

## З В І Т

з проходження виробничої практики

---

(назва організації)

Виконав (ла):  
здобувача вищої освіти 1 курсу, 551 групи  
ОПП Маркетинг  
Спеціальності 075 Маркетинг

---

(ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Керівник: \_\_\_\_\_  
Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Характеристика від керівника бази практики  
на роботу здобувача вищої освіти  
I курсу \_\_\_\_\_ групи Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти  
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

(ім'я, по батькові, прізвище здобувача вищої освіти)

---

---

---

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р.

Посада керівника практики \_\_\_\_\_

від організації \_\_\_\_\_

(підпис)

(ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

печатка

Необхідно зазначити про:

- рівень теоретичних знань, отриманих в університеті;
- наявність практичних навичок самостійного вирішення завдань за програмою практики;
- якості, які продемонстрував здобувач вищої освіти під час проходження практики;
- вміння дотримуватись етичних правил поведінки;
- активність та ініціативність;
- ступінь володіння й використання методами професійної діяльності;
- вміння будувати стосунки з клієнтами та колективом;
- повноту виконання програми та індивідуального завдання;
- загальну оцінку проходження практики.



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

**МАТЕРІАЛИ ПРАКТИКИ**

---

(назва організації)

Виконав (ла):  
здобувача вищої освіти 1 курсу, 551 групи  
ОПП Маркетинг  
Спеціальності 075 Маркетинг

---

(ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Керівник: \_\_\_\_\_

