МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Методичні рекомендації до проходження виробничої практики для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг»



Затверджено
вченою радою ЗНУ
Протокол № від 2026 р.

Запоріжжя
2026

УДК 378.147.091.33-027.22:339.138(076.5)
М 545

Методичні рекомендації до проходження виробничої практики для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг» / уклад. : Н. В. Терент'єва, В. В. Малтиз. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2026. 70 с.

У навчально-методичному виданні подано вимоги й поради до виконання програми виробничої практики, оформлення звітних документів і захисту результатів проходження практики. Окреслено мету та завдання виробничої практики, її зміст, критерії оцінювання та особливості організації, у тому числі й в умовах використання дистанційних технологій. Визначено обов'язки здобувача освіти-практиканта. У додатках запропоновано необхідні форми документів, зразки та приклади.

Для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Маркетинг», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг».

Рецензент

Гамова О. В., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

Відповідальний за випуск

Малтиз В. В., кандидат економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри управління персоналом і маркетингу

ЗМІСТ

Вступ……..……..4
1 Мета та завдання виробничої практики……6
2 Зміст практики. Види контролю…….....11
3 Вибір бази виробничої практики…….……13
4 Організація та керівництво практикою……...……15
5 Організація виробничої практики з використанням дистанційних технологій….18
6 Обов'язки здобувачів освіти-практикантів…….……..…...20
7 Методичні рекомендації здобувачам освіти з проходження виробничої практики…….21
8 Індивідуальне завдання……...….22
9 Вимоги до щоденника практики…….24
10 Вимоги до звіту з практики…….27
11 Академічна доброчесність при проходженні практики.……31
12 Оформлення звіту з практики……..32
13 Характеристика від бази практики……..38
14 Критерії оцінювання результатів проходження практики……...39
15 Підбиття підсумків виробничої практики……..47
Рекомендована література……....49
Використана література..…….53
Додаток А Форма щоденника практики……..54
Додаток Б Зразок оформлення титульного аркуша звіту з практики 61
Додаток В Зразок оформлення змісту звіту з практики 62
Додаток Г Витяг із Закону України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII. Стаття 42. Академічна доброчесність…….63
Додаток Д Приклади оформлення бібліографічного опису списку використаних джерел з урахуванням ДСТУ 8302:2015 64
Додаток Е Форма характеристики 69

ВСТУП

Підготовка здобувачів ступеня вищої освіти, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності «Маркетинг», передбачає закріплення набутих під час навчання в закладі вищої освіти теоретичних знань і отримання досвіду їх практичного застосовування на підприємстві, в установі чи організації, завершення формування набутих компетентностей, ознайомлення з умовами провадження професійної діяльності. З метою набуття необхідних умінь і навичок здобувачі освіти проходять виробничу практику. Терміни її проведення визначаються навчальним планом і графіком освітнього процесу.

Методичні рекомендації до проходження виробничої практики для здобувачів освіти, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності «Маркетинг», розроблено з урахуванням таких законодавчих і нормативних документів:

– Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII зі змінами;

– Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII зі змінами;

– Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг, затверджений і введений в дію наказом МОН України від 05.12.2018 № 1343;

– Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 № 1341 зі змінами;

– наказ Міністерства освіти України «Про затвердження Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України» від 08.04.1993 № 93 зі змінами;

– наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Положення про організацію роботи з охорони праці та безпеки життєдіяльності учасників освітнього процесу в установах і закладах освіти» від 26.12.2017 № 1669;

– освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг»;

– наскрізна програма практичної підготовки за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг»;

– силабус виробничої практики підготовки бакалаврів денної та заочної форм здобуття освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг»;

– нормативні документи ЗНУ: Кодекс академічної доброчесності Запорізького національного університету, Положення про організацію освітнього процесу в Запорізькому національному університеті, Положення про організацію освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання у Запорізькому національному університеті, Положення про

практичну підготовку здобувачів вищої освіти Запорізького національного університету, яке регламентує питання організації практики, проведення контролю та підбиття підсумків практики в університеті.

Виробнича практика здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра є важливим освітнім компонентом освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня. Вона спрямована на формування та розвиток професійних компетентностей, визначених освітньою програмою, стандартом вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» та вимогами Національної рамки кваліфікацій. Під час проходження практики здобувачі освіти повинні навчитися розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності, застосовуючи засвоєні під час навчання теоретичні знання, а також закріпити й удосконалити фахові вміння та навички.

Методичні рекомендації призначені для надання допомоги здобувачам освіти в проходженні практики, виконанні програми практики та індивідуальних завдань, оформленні звітної документації та захисті результатів практики. У навчально-методичному виданні окреслено права й обов'язки здобувача освіти-практиканта, подано зміст практики та індивідуальних завдань, надано перелік звітної документації та вимоги до її оформлення, охарактеризовано види і зміст контрольних заходів, визначено критерії їх оцінювання.

1 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Практична підготовка здобувачів вищої освіти є обов'язковим освітнім компонентом освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Дидактичною метою практичної підготовки є оволодіння бакалаврами вміннями, навичками та способами організації майбутньої професійної діяльності. Практична підготовка здобувачів вищої освіти є невід'ємним складником освітнього процесу і здійснюється шляхом проходження ними практики на підприємствах, в установах та організаціях згідно з укладеними ЗНУ договорами.

Мета виробничої практики на 3 курсі – узагальнення та поглиблення засвоєних знань і набутих умінь і навичок, необхідних для професійної діяльності у сфері маркетингу, формування цілісного уявлення про маркетингову діяльність підприємства, оволодіння базовим практичним досвідом, розвиток аналітичного мислення та готовності до самостійної роботи за фахом шляхом вирішення типових виробничо-ситуаційних завдань.

Під час практики студенти ознайомлюються з вимогами до фахівців із маркетингу, основними видами, завданнями та змістом їх професійної діяльності, а також набувають навичок збору, обробки та аналізу маркетингової інформації.

Виробнича практика передбачає первинне ознайомлення студентів із сучасними методами маркетингової діяльності, аналітичними та дослідницькими інструментами, а також практичними аспектами організації маркетингової роботи на підприємстві. Під час її проходження, на основі засвоєних у процесі навчання знань, здійснюється узагальнення та поглиблення професійних умінь і навичок, формується цілісне уявлення про маркетингову діяльність підприємств, розвивається аналітичне мислення та здатність до самостійного прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері маркетингу.

У процесі проходження виробничої практики здобувачі вищої освіти ознайомлюються з кваліфікаційними вимогами до маркетолога і з умовами провадження професійної діяльності, з основними напрямами, завданнями та змістом маркетингової діяльності на підприємствах різних форм власності та сфер господарювання; оволодівають сучасними методами, формами організації та знаряддями праці у сфері маркетингу; опановують сучасні форми організації праці; набувають здатності до діяльності з високим рівнем автономності.

Основні завдання виробничої практики (3 курс, 6 семестр):

- ✓ ознайомлення з маркетинговою діяльністю підприємства, вивчення практичного досвіду організації маркетингових процесів, використання цифрових інструментів, аналітичних платформ та інформаційних технологій у роботі маркетингових служб;
- ✓ закріплення й поглиблення теоретичних знань, отриманих під час

навчання, та формування умінь застосовувати їх для аналізу ринку, споживачів, конкурентного середовища й ефективності маркетингових рішень;

✓ оволодіння функціональними обов'язками фахівців із маркетингу, включаючи участь у дослідженнях, плануванні, розробці та реалізації елементів комплексу маркетингу, створенні контенту, управлінні комунікаціями та брендом;

✓ формування системного підходу до оцінювання діяльності підприємства, уміння ідентифікувати проблемні зони та пропонувати обґрунтовані шляхи їх розв'язання з використанням сучасних маркетингових методик;

✓ розвиток уміння приймати самостійні рішення у межах поставлених маркетингових завдань, працювати з реальними бізнес-кейсами, обробляти інформацію, формулювати висновки та презентувати результати;

✓ опанування сучасних інструментів маркетингового аналізу, таких як crm-системи, веб-аналітика, інструменти seo/sem, соціальні мережі, системи автоматизації маркетингу, а також методи дослідження поведінки споживачів;

✓ набуття навичок організації та планування маркетингової діяльності, участі в розробці рекламних матеріалів, оцінюванні ефективності комунікацій, підготовці звітів і рекомендацій.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» здобувачі вищої освіти на 3 курсі в результаті проходження виробничої практики повинні досягти

таких компетентностей:

– здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

– здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;

– визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків;

– знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

– здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

– здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

таких програмних результатів навчання:

– демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;

– застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;

– збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;

– виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня а також особливості поведінки їх суб'єктів;

– визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;

– відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми «Маркетинг» освітня компонента «Виробнича практика» (3 курс) базується на знаннях, отриманих під час вивчення таких навчальних дисциплін: «Інформаційні технології в управлінні економічними системами», «Теорія проведення маркетингових досліджень», «Комерційне товарознавство», «Маркетинг», «Маркетинг в фінансових установах», «Ризикологія», «Міжнародний маркетинг», «Оцінка ефективності маркетингових рішень», «Маркетинг в управлінні людськими ресурсами», «Інформаційні технології в маркетингу», «Логістика», «Реклама і стимулювання збуту». Проходження виробничої практики на 3 курсі забезпечує набуття необхідних компетентностей, програмних результатів навчання та створює основу для проходження виробничої практики на 4 курсі й підготовки до атестаційного екзамену.

Мета виробничої практики на 4 курсі – поглиблення професійних компетентностей та набуття досвіду самостійного вирішення складних практичних завдань у сфері маркетингу, формування здатності до розробки, обґрунтування та впровадження маркетингових рішень і рекомендацій, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства та його конкурентоспроможності.

Під час практики студенти закріплюють навички аналітичної, дослідницької та проєктної діяльності, опановують методи стратегічного та оперативного маркетингового планування, беруть участь у розробці та оцінці маркетингових заходів, а також демонструють готовність до використання сучасних маркетингових інформаційних систем і технологій та до професійної діяльності з високим рівнем самостійності.

Основні завдання виробничої практики (4 курс, 7 семестр):

✓ ознайомлення з маркетинговою діяльністю підприємства, вивчення практичного досвіду організації маркетингових процесів, використання цифрових інструментів, аналітичних платформ та інформаційних технологій у роботі маркетингових служб;

✓ закріплення й поглиблення теоретичних знань, отриманих під час навчання, та формування умінь застосовувати їх для аналізу ринку, споживачів, конкурентного середовища й ефективності маркетингових рішень;

✓ оволодіння функціональними обов'язками фахівців із маркетингу, включаючи участь у дослідженнях, плануванні, розробці та реалізації елементів комплексу маркетингу, створенні контенту, управлінні комунікаціями та брендом;

✓ формування системного підходу до оцінювання діяльності підприємства, уміння ідентифікувати проблемні зони та пропонувати

обґрунтовані шляхи їх розв'язання з використанням сучасних маркетингових методик;

✓ розвиток уміння приймати самостійні рішення у межах поставлених маркетингових завдань, працювати з реальними бізнес-кейсами, обробляти інформацію, формулювати висновки та презентувати результати;

✓ опанування сучасних інструментів маркетингового аналізу, таких як crm-системи, веб-аналітика, інструменти seo/sem, соціальні мережі, системи автоматизації маркетингу, а також методи дослідження поведінки споживачів;

✓ набуття навичок організації та планування маркетингової діяльності, участі в розробці рекламних матеріалів, оцінюванні ефективності комунікацій, підготовці звітів і рекомендацій.

Відповідно до вимог освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» здобувачі вищої освіти на 4 курсі в результаті проходження виробничої практики повинні досягти

таких компетентностей:

– здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

– здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;

– визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків;

– знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

– здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

– здатність проведення досліджень на відповідному рівні;

– здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області;

– здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу;

– здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі;

– здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу;

– здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів;

– здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;

– здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;

– здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності;

– здатність критично аналізувати і узагальнювати концепції в області сучасного маркетингу;

таких програмних результатів навчання:

– демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;

– застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;

– збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;

– виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня а також особливості поведінки їх суб'єктів;

– визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;

– відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Відповідно до структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми «Маркетинг» виробнича практика (4 курс) базується на знаннях і вміннях, набутих під час опанування таких освітніх компонентів: «Виробнича практика» (3 курс), «Маркетингова товарна політика», «Міжнародна конкурентоспроможність», «Управлінська діяльність підприємства». Набуті в результаті проходження практики знання, вміння і навички стануть у пригоді під час вивчення навчальних дисциплін «Цифровий маркетинг», «Управління проєктами в маркетинговій діяльності» та підготовки до атестаційного екзамену.

У період проходження практики студенти мають закріпити раніше засвоєний теоретичний матеріал, продемонструвати навички систематизації та аналізу одержаної інформації, визначення тенденцій розвитку об'єкта дослідження тощо.

Деталізація та конкретизація напрямків дослідження бази практики відповідно до змісту й завдань практики здійснюються під час консультування з керівником практики від кафедри управління персоналом і маркетингу.

Під час проходження виробничої практики студент має достатньо глибоко вивчити особливості маркетингової діяльності підприємства та отримати цілісне уявлення про його маркетинговий потенціал, виконати основні завдання практики та висвітлити результати роботи у щоденнику та звіті з виробничої практики за такими основними етапами:

- ознайомлення з об'єктом практики;
- підбір та узагальнення необхідних даних;
- обробка та аналіз одержаної інформації;
- виконання індивідуального завдання;
- формулювання висновків за результатами проходження практики.

2 ЗМІСТ ПРАКТИКИ. ВИДИ КОНТРОЛЮ

Зміст практики визначається завданнями, які студент повинен виконати при проходженні практики:

1. Здійснення системного аналізу діяльності підприємства, зокрема: визначення основного виду діяльності та місця підприємства на ринку; оцінка зовнішніх та внутрішніх зв'язків підприємства; аналіз організаційної структури управління та розподілу функцій; вивчення особливостей організації праці на підприємстві.

2. Ознайомлення з проєктною, організаційною та виробничою документацією, у тому числі: галузевими та державними стандартами; регламентами та політиками підприємства; посадовими інструкціями співробітників відповідних підрозділів; методичними матеріалами, що регламентують маркетингову діяльність.

3. Виконання функцій стажера на робочому місці маркетолога, що включає: участь у зборі та первинній обробці маркетингової інформації; допомогу у підготовці звітів, аналітичних записок і презентацій; виконання індивідуальних завдань керівника практики та фахівців підрозділу.

4. Аналіз інформаційних потоків підприємства, зокрема: ідентифікація джерел даних, що використовуються у маркетинговій діяльності; визначення видів інформації, необхідної для виконання індивідуального завдання; оцінка якості та повноти доступних даних.

5. Попереднє обґрунтування можливостей застосування цифрових інструментів маркетингу, зокрема: оцінка доцільності використання CRM, аналітичних панелей, систем автоматизації маркетингу; визначення потенційних напрямів підвищення ефективності маркетингових процесів.

Під час проходження виробничої практики здобувачі ступеня вищої освіти бакалавра за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» виконують завдання, що дозволяють продемонструвати сформовані вміння та навички аналізу діяльності підприємства, роботи з організаційною та виробничою документацією, участі в поточних маркетингових процесах, збору та обробки первинної інформації, а також уміння застосовувати основні методи маркетингового аналізу в умовах реального бізнес-середовища.

Основні етапи виробничої практики:

І етап. Початковий етап (організація та підготовка до проходження практики).

ІІ етап. Основний етап (ознайомлення з об'єктом практики, підбір та узагальнення необхідних даних на базі практики, обробка та аналіз одержаної інформації).

ІІІ етап. Завершальний етап (підготовка та захист звіту з практики, узагальнення, висновки).

Деталізація та подальша конкретизація напрямку дослідження здійснюються під час проведення індивідуальних консультацій з керівником практики від кафедри управління персоналом та маркетингу.

Виконання завдань практики передбачає індивідуальну роботу з пошуку, збору та аналізу інформації, підготовку пропозицій щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства, формування маркетингових звітів, аналізу каналів збуту та просування продукції.

Також здобувачі освіти-практиканти мають ознайомитися з фінансово-господарськими результатами підприємства, системою управління маркетинговою діяльністю, організаційною структурою, механізмом взаємодії між підрозділами, завданнями, що виконуються в межах маркетингової служби, використовуваними інструментами та каналами комунікації.

Практика здійснюється на підприємствах, в установах та організаціях різних сфер діяльності – промислових, торговельних, виробничих, готельно-ресторанних, туристичних, рекламних агентствах та в інших структурах Запорізької області, які здійснюють маркетингову діяльність.

Програма практики складена таким чином, щоб під час її проходження здобувачем освіти відбулося закріплення засвоєних під час навчання в університеті теоретичних знань, набуття досвіду їх практичного застосовування на підприємстві (в установі, організації), завершення формування набутих компетентностей, ознайомлення з умовами провадження професійної діяльності; щоб на прикладі бази практики здобувач освіти зміг цілеспрямовано ознайомитися з маркетинговою діяльністю підприємства (установи, організації), його стратегічною спрямованістю та маркетинговим потенціалом, з особливостями комунікаційної політики, розвинути аналітичне мислення, набути здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення, оперувати інструментами маркетингу, у тому числі цифровими, та набути навичок раціонального використання сучасних маркетингових інформаційних систем і технологій.

Під час проходження практики передбачено активне використання інформаційних технологій як у демонстраційному, так і в активному режимах. Здобувачі мають працювати з програмним забезпеченням для обробки маркетингової інформації, CRM-системами, системами аналітики та онлайн-сервісами для створення рекламного контенту, проведення досліджень та аналізу поведінки споживачів.

Упродовж усього періоду проходження практики передбачено проведення консультацій із керівником практики від кафедри відповідно до затвердженого графіка. Здобувачі мають регулярно звітувати про виконання програми практики та індивідуального завдання, зокрема один раз на тиждень – під час консультацій.

Під час проходження здобувачами освіти виробничої практики здійснюється контроль за дотриманням ними графіка освітнього процесу та виконанням програми практики.

Передбачено дві форми контролю:

✓ *поточний контроль* – здійснюється керівником практики від кафедри управління персоналом і маркетингу та керівником практики від бази практики. Спрямований на перевірку відвідування студентами баз практики, дотримання

ними режиму роботи, виконання графіка проходження практики, індивідуальних завдань, своєчасності заповнення щоденника тощо;

✓ *підсумковий контроль* – здійснюється комісією в процесі захисту звіту з виробничої практики та передбачає також перевірку якості оформлення щоденника.

Поточний контроль здійснюється з метою надання допомоги студентам у виконанні програми практики, своєчасного виявлення та усунення недоліків у проходженні практики.

Підсумковий контроль спрямований на визначення загальних результатів практики, аналіз ефективності фахової підготовки здобувачів освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг», виявлення прогалин та подальше їх урахування при вдосконаленні освітнього процесу.

3 ВИБІР БАЗИ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

База практики – це установа, підприємство, організація будь-якої форми власності, яка забезпечує виконання програми практики для бакалаврського рівня вищої освіти і з якою укладено договір закладом вищої освіти про можливість проходження практичної підготовки здобувачів освіти.

Базами виробничих практик є як державні, так і інші підприємства: публічні акціонерні товариства, приватні акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, приватні підприємства тощо. Визначення базового підприємства здійснюється кафедрою управління персоналом і маркетингу відповідно до змісту, завдань практики на основі прямих договорів із підприємствами, організаціями, установами.

Студенти можуть самостійно (з дозволу кафедри управління персоналом і маркетингу) обирати для себе і пропонувати місце проходження практики. Для цього здобувач вищої освіти надає лист-клопотання від бази практики з обґрунтуванням необхідності проходження практики на даній базі практики.

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

– можливість кваліфікованого керівництва практикою студентів;

– можливість надання студентам на час практики робочих місць;

– надання студентам права користування нормативною, фінансовою, технічною та іншою документацією, необхідною для виконання програми практики;

– надання студентам можливості зібрати матеріал для виконання звіту з виробничої практики.

Згідно з Положенням про практичну підготовку здобувачів вищої освіти Запорізького національного університету студенти денної форми здобуття освіти можуть самостійно обирати для себе місце проходження практики за межами м. Запоріжжя, за погодженням із керівником від кафедри

управління персоналом і маркетингу, або направляються кафедрою. Для цього здобувач вищої освіти надає лист-клопотання від бази практики, з обґрунтуванням необхідності проходження практики на даній базі практики. У разі погодження керівник практики від факультету спільно із керівником навчально-методичного відділу готує проєкт індивідуального договору про проходження практики для здобувача вищої освіти.

Вибір бази практики за межами території України здійснюється за згодою засновника закладу вищої освіти, крім випадків, коли це передбачено в договорі (контракті), що укладається між закладом вищої освіти та фізичною або юридичною особою, яка замовляє платну освітню послугу для себе або для іншої особи, беручи на себе фінансові зобов'язання щодо до її оплати.

Студенти заочної форми здобуття освіти, які працюють за фахом майбутньої спеціальності, можуть проходити виробничу практику за основним місцем роботи за умови надання відповідної довідки.

Договір про проходження практики згідно зі встановленою формою готується у двох примірниках: один – університету, другий – базі практики. Примірник договору університету зберігається в навчально-методичному відділі, копія договору зберігається на кафедрі управління персоналом і маркетингу.

Таблиця 1 – Перелік місць (посад), на яких можуть проходити практику здобувачі освіти

№ з/п	Місце проведення практики (організації, підприємства, установи)	Первинна посада, за якою здобувач освіти проходить практику
3 курс, 6 семестр		
1	Суб'єкти підприємницької діяльності (підприємства різних форм власності)	- помічник маркетолога; - асистент маркетингового відділу; - асистент бренд-менеджера; - контент-менеджер (початковий рівень); - фахівець із маркетингових досліджень (молодший); - фахівець із реклами та PR (асистент); - фахівець із digital-маркетингу (асистент); - аналітик ринку (помічник); - менеджер із комунікацій (асистент).
4 курс, 6 семестр		
2	Суб'єкти підприємницької діяльності (підприємства різних форм власності)	- маркетолог; - бренд-менеджер (молодший фахівець); - фахівець із маркетингових досліджень; - фахівець із реклами та PR; - контент-менеджер; - фахівець із digital-маркетингу (інтернет-маркетолог); - аналітик ринку; - менеджер із комунікацій; - менеджер із маркетингу.

Базами проходження виробничої практики для здобувачів ступеня вищої

освіти бакалавра, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг», можуть бути підприємства, установи, організації будь-якої форми власності, комерційні банки, місцеві та державні органи, установи та організації різних сфер діяльності – промислові, торговельні, виробничі, готельно-ресторанні, туристичні, рекламні агенції та ін.

На здобувачів вищої освіти, які проходять практику, поширюються законодавство про працю та правила внутрішнього розпорядку підприємства, організації, установи.

Зміна бази практики можлива лише з поважних причин і лише до початку виробничої практики на підставі відповідного рішення завідувача кафедри.

Самостійно змінювати місце практики здобувач не має права. У разі самостійної зміни місця практики, нез'явлення до місця практики без поважних причин вважають, що здобувач не виконав навчального навантаження.

4 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ

Згідно з Положенням про практичну підготовку здобувачів вищої освіти Запорізького національного університету відповідальність за організацію, проведення і контроль практики покладається на ректора університету. Договір із базою практики про її проведення також укладає ректор університету.

Про проведення практики здобувачів вищої освіти видається наказ ректора університету за два тижні до початку практики.

Наказом ректора університету про проведення практики здобувачів вищої освіти визначається:

- місце та терміни проведення практики;
- склад груп здобувачів вищої освіти;
- керівник практики від кафедри;
- посадова особа, на яку покладено загальну організацію практики та контроль за її проведенням (декан економічного факультету).

До наказу додається графік проходження практики, в якому обов'язково вказується дата і місце проходження практики, види робіт і завдання.

На основі наказу ректора про проходження практики та договору керівник практики від кафедри управління персоналом і маркетингу оформлює направлення на проходження практики і надає його керівнику навчально-методичного відділу для реєстрації. Здобувачі вищої освіти отримують оформлені та зареєстровані направлення безпосередньо на економічному факультеті за 2 тижні до початку практики.

На вимогу бази практики здобувачам вищої освіти надаються листи-клопотання на підприємство, в організацію чи установу про прийняття на практику здобувачів вищої освіти. Проєкти листів готуються керівником практики від кафедри за один місяць до початку практики і надаються в паперовому й електронному варіантах керівнику навчально-методичного відділу університету для подальшого їх оформлення.

Виконання програми виробничої практики студентів-бакалаврів забезпечує кафедра управління персоналом і маркетингу.

Організаційні заходи, що забезпечують підготовку, порядок проведення і контроль практики покладається безпосередньо на завідувача кафедри управління персоналом і маркетингу.

Безпосередній контроль за організацію практики та за результати її проведення покладається на декана економічного факультету.

Керівництво практикою здобувачів вищої освіти здійснюється двосторонньо:

– керівником практики від кафедри;
– керівником практики від бази практики.

Завідувач кафедри управління персоналом і маркетингу, що відповідає за підготовку та порядок проведення практики, забезпечує:

✓ визначення баз для проведення виробничої практики та розподіл за ними здобувачів вищої освіти;

✓ підготовку проєкту наказу про проведення практики за два тижні до початку практики та реєстрацію його у відділі кадрів;

✓ проведення інструктажу здобувачів вищої освіти з питань безпеки та охорони праці в галузі;

✓ проведення настановчої та підсумкової конференцій з практики;

✓ контроль за проведенням практики, а також за здійсненням керівниками практики від кафедри своїх обов'язків.

Для забезпечення якості проведення практики здобувачів вищої освіти:

– до керівництва виробничою практикою від університету залучаються досвідчені професори, доценти та викладачі, які мають стаж роботи не менше 3-х років;

– до керівництва практикою від бази практики залучаються штатні працівники підприємств, організацій та установ з вищою освітою та такі, які обіймають посади відповідного фаху.

Обов'язки керівника практики від кафедри управління персоналом і маркетингу:

✓ перед початком практики забезпечити підготовку документації для здобувачів вищої освіти: оформлення договорів про проведення практики, направлень, листів, щоденників тощо;

✓ перед початком практики забезпечити готовність баз практики до прийому здобувачів вищої освіти: надати копію наказу про проведення практики, копію силабуса практики керівникам від бази практики;

✓ перед початком практики виконати організаційні заходи зі здобувачами вищої освіти: провести настановчу конференцію, ознайомити із силабусом практики, довести інформацію про порядок проходження практики, забезпечити необхідними документами;

✓ провести інструктаж здобувачів вищої освіти з безпеки життєдіяльності під час проведення практики та зафіксувати його в Журналі реєстрації інструктажів з питань охорони праці для здобувачів вищої освіти;

✓ спільно з керівником від бази практики ознайомити здобувачів вищої

освіти з правилами внутрішнього розпорядку підприємства, установи та організації;

✓ контролювати забезпечення нормальних умов праці та побуту здобувачів вищої освіти під час практики та виконання здобувачами вищої освіти-практикантами правил внутрішнього розпорядку;

✓ спільно з керівником практики від бази практики забезпечити якісне проходження практики згідно з програмою;

✓ контролювати ведення інформаційного листа про перебування здобувачів вищої освіти на базі практики;

✓ перевіряти й давати оцінку звітній документації здобувача вищої освіти після закінчення практики;

✓ брати участь у складі комісії із захисту звіту з практики;

✓ готувати та подавати письмовий звіт про проведення та результати практики завідувачу кафедри управління персоналом і маркетингу, оприлюднювати звіт на вченій раді економічного факультету.

Обов'язки керівника практики від бази практики:

✓ провести екскурсію практиканта по підприємству, ознайомити з організацією виробництва, з організацією маркетингової служби на підприємстві;

✓ забезпечити кожного студента робочим місцем, у разі потреби навчати здобувачів вищої освіти-практикантів безпечних методів праці;

✓ забезпечити якісне проходження здобувачами освіти практики згідно з програмою практики;

✓ консультувати студентів щодо змісту програми практики, складання звітів про виконану роботу;

✓ забезпечити облік виходів на роботу здобувачів вищої освіти-практикантів, про всі порушення трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку та про інші порушення повідомляти заклад вищої освіти;

✓ після закінчення практики надати характеристику на здобувача вищої освіти-практиканта, в котрій відобразити виконання програми практики, якість підготовленого ним звіту.

Методичне забезпечення практики складає:

– Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти Запорізького національного університету;

– наскрізна програма практичної підготовки за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг»;

– силабус виробничої практики за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм зі спеціальності «Маркетинг»;

– методичні рекомендації до проходження виробничої практики для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Основним організаційно-методичним документом, що регламентує діяльність здобувачів вищої освіти і керівників практики, є наскрізна програма

практики. Наскрізна програма практичної підготовки за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» визначає обсяг, мету, компетентності та програмні результати, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти.

Силабус виробничої практики за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» розробляється на основі наскрізної програми та складається з таких розділів: опис виробничої практики, перелік компетентностей і програмних результатів навчання, яких має набути здобувач освіти в результаті проходження практики, зміст практики, індивідуальні завдання, заходи під час практики, графік проходження практики, види і зміст контрольних заходів та критерії їх оцінювання, основні навчальні ресурси, регуляції та політики курсу, додаткова інформація.

У системі електронного забезпечення навчання (СЕЗН ЗНУ) розміщуються матеріали методичного та організаційного забезпечення виробничої практики.

Термін проведення виробничої практики визначається графіком освітнього процесу після вивчення дисциплін, які є теоретичною основою для виконання завдань практики.

5 ОРГАНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ З ВИКОРИСТАННЯМ ДИСТАНЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Організацію практики в онлайн-форматі регламентує Положення про організацію освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання в Запорізькому національному університеті. Положення застосовується у випадках, якщо можливості фізичного відвідування університету здобувачами освіти під час навчання, проведення контрольних заходів обмежені або відсутні та/або традиційні інструменти навчання, поточного і семестрового контролю знань та атестації здобувачів освіти не можуть бути застосовані з причин непереборної сили відповідно до рішень центральної та місцевої органів влади, у змішаній або дистанційній формі (природні катаклізми, заходи карантинного порядку, умови воєнного стану та інші форс-мажорні обставини).

Відповідно до цього нормативного документа в разі виникнення вказаних вище обставин здійснюється коригування програми виробничої практики для забезпечення гнучкої системи їх проведення (внесення змін до термінів і графіків проходження практики, організація практики на базі структурних підрозділів ЗНУ та лабораторій, використання технологій дистанційної навчання, інформаційно-комунікаційних засобів, комп'ютерних технологій). У системі електронного забезпечення навчання ЗНУ на платформі Moodle (СЕЗН ЗНУ) в розділі «Практична підготовка» розроблено електронний курс виробничої практики (нульова секція та секція підсумкового контролю),

наповнений необхідними інструктивними та навчально-методичними матеріалами для здобувачів освіти-практикантів.

Методичне забезпечення практичної підготовки в СЕЗН ЗНУ включає такі ресурси: наскрізну програму практики, перелік баз практики, силабус виробничої практики, методичні рекомендації до організації та проходження практики, індивідуальні завдання та вимоги до їх виконання, вимоги до звіту про проходження практики, форму щоденника практики, вимоги до підсумкового контролю (система накопичення балів, критерії оцінювання практики, опис процедури захисту звіту з практики), інструктажі з техніки безпеки та охорони праці. Крім того, в нульовій секції та силабусі виробничої практики представлені відомості про керівника практики та його контактні дані.

У разі переходу регіону в зону з високим рівнем небезпеки відповідно до вказаного вище Положення практика організовується у змішаній або дистанційній формі. Деканат економічного факультету готує наказ про зміну умов проходження практики. У графіку проходження практики обов'язково вказується дата й місце проходження практики, види робіт і завдання, а також платформа, ідентифікатор, пароль проведення заходів. Форми та етапи проведення практики доводяться до здобувачів освіти.

Змішана форма практичної підготовки передбачає проведення частини навчальної, виробничої практики на підприємстві, організації, установі та використання дистанційних форм навчання.

При переході до дистанційної форми проведення практики можливе її проходження на базі структурних підрозділів та лабораторій ЗНУ, які дозволяють виконати програму практики.

Поточний і підсумковий контроль практичної підготовки так само організовується в дистанційній формі засобами СЕЗН ЗНУ або інших інструментів синхронної чи асинхронної комунікації, зокрема, систем проведення відеоконференцій. У цьому випадку обов'язковою є фіксація результатів контролю у СЕЗН ЗНУ – завантаження звітів про проходження практики. Підсумкова оцінка за виконання звіту з практики заноситься викладачем до відповідної відомості АСУ «МКР».

В умовах організації практики в дистанційному форматі керівник практики від кафедри управління персоналом і маркетингу пропонує студентам веб-ресурси для періодичної комунікації; організовує доступний формат проведення консультацій; проводить онлайн-інструктажі здобувачів освіти, ознайомлює їх із порядком проходження практики з використанням дистанційних технологій, надає студентам-практикантам консультації щодо виконання програми практики та оформлення звітної документації через особисте спілкування з використанням соціальних месенджерів, організовує особисте та групове спілкування через засоби відеозв'язку Zoom, а також електронне листування.

Здобувачі вищої освіти синхронно й асинхронно взаємодіють із керівниками практики від кафедри та керівниками практики від бази практики. У період дистанційного проходження практики база практики визначає

практиканту обсяг завдань, які він може виконувати без присутності на робочому місці в дистанційній формі.

По завершенню виробничої практики завідувач кафедри організовує захист звіту з практики на підсумковій конференції з використанням засобів відеозв'язку Zoom, на якій здобувачі вищої освіти захищають звіти та доповідають членам комісії про результати проходження практики.

Здобувачі вищої освіти при проходженні практики в дистанційному форматі зобов'язані: до початку практики встановити контакти з керівником практики від кафедри для забезпечення зворотного зв'язку; своєчасно виходити на аудіо- та відеозв'язок із керівниками практики та чітко дотримуватися графіка і формату спілкування з керівником практики; дотримуватися графіка проходження практики та в повному обсязі виконувати всі визначені завдання; звітуватися про виконання програми практики у строки, встановлені керівником практики від кафедри; своєчасно повідомляти керівників про технічні проблеми (відсутність інтернету, зв'язку тощо), що заважають своєчасному виконанню завдань практики; після закінчення виробничої практики правильно оформити та своєчасно здати керівнику всю необхідну звітну документацію (щоденник виробничої практики, звіт із практики, характеристику) та захистити звіт із практики.

6 ОБОВ'ЯЗКИ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ-ПРАКТИКАНТІВ

Практична підготовка є обов'язковою для здобувачів ступеня вищої освіти, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності «Маркетинг».

Здобувачі вищої освіти-практиканти зобов'язані:

- ✓ брати участь у настановчій та підсумковій конференції з практики;
- ✓ отримати консультації щодо оформлення всіх необхідних документів з практики;
- ✓ своєчасно прибути на базу практики;
- ✓ ознайомитись із силабусом практики та виконувати всі передбачені в ньому завдання;
- ✓ розробити та затвердити в керівника практики від кафедри управління персоналом і маркетингу індивідуальний план проходження практики;
- ✓ пройти інструктаж з безпеки життєдіяльності, підтвердивши це підписом у Журналі реєстрація інструктажів із питань охорони праці, та суворо дотримуватись правил охорони праці та техніки безпеки;
- ✓ вивчити правила внутрішнього розпорядку підприємства, установи та організації, відповідально їх виконувати;
- ✓ нести відповідальність за виконану роботу на базі практики;
- ✓ підготувати відповідно до вимог силабуса практики звітну документацію та у визначений термін надати керівнику практики від кафедри управління персоналом і маркетингу;
- ✓ своєчасно захистити звіт із практики.

Після закінчення практики студент повинен подати на кафедру:

- індивідуальні завдання;
- щоденник із практики;
- звіт про проходження практики, оформлений відповідним чином;
- характеристику з місця проходження практики.

На здобувачів вищої освіти, які проходять практику, поширюються законодавство про працю та правила внутрішнього розпорядку підприємства, організації, установи.

Згідно з Положенням про практичну підготовку здобувачів вищої освіти Запорізького національного університету тривалість робочого часу студентів під час проходження практики регламентується Кодексом законів про працю України і складає для осіб віком від 18 років і старше – не більше 40 годин на тиждень (ст. 50 КЗпП України).

Здобувач вищої освіти, який не виконав програму практики без поважної причини, отримує оцінку «незадовільно», що вважається як академічна заборгованість. Якщо програма практики не виконана з поважної причини, здобувач вищої освіти подає заяву на ім'я ректора з проханням перенести термін практики та додає документи на підтвердження. Про перенесення терміну проходження практики видається наказ ректора університету, в якому встановлюється новий термін проходження практики.

7 МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЗДОБУВАЧАМ ОСВІТИ З ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Зміст виробничої практики визначається наскрізною програмою практичної підготовки за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг» та конкретизується в силабусі виробничої практики за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності «Маркетинг». Терміни її проведення визначаються навчальним планом і графіком освітнього процесу.

Перед початком практики для студентів проводиться настановча конференція, на яку запрошуються представники від баз практики. На конференції студентам роз'яснюється мета і завдання практики, проводиться вступний інструктаж з охорони праці. Здобувачів освіти також ознайомлюють із силабусом практики, критеріями оцінювання практики, доводять до відома інформацію про порядок проходження практики, забезпечують необхідними документами.

Повноцінна реалізація визначених програмою виробничої практики завдань передбачає проходження студентами 3-х послідовних етапів роботи: *початкового, основного, завершального.*

На початковому (установчому) етапі здобувач освіти-практикант зобов'язаний:

– бути присутнім на установчій конференції;
– ознайомитися зі змістом практики згідно із силабусом;
– пройти інструктаж у керівника практики від кафедри;
– узгодити з керівником практики від кафедри графік проходження практики, види робіт і завдання, обов'язкові для виконання;
– внести індивідуальне завдання в щоденник практики.

На основному етапі (період проходження практики) здобувач освіти-практикант зобов'язаний:

– своєчасно і якісно виконувати програму практики, визначене керівником практики від кафедри індивідуальне завдання;
– збирати й узагальнювати матеріал у ході проходження практики;
– систематично доповідати керівнику практики про виконані види роботи та завдання, передбачені графіком проходження практики;
– вести щоденник практики.

На завершальному (підсумковому) етапі здобувач освіти-практикант зобов'язаний:

– оформити щоденник з практики;
– підготувати й оформити звіт із практики відповідно до графіка проходження практики й додаткових вказівок керівника практики від кафедри та керівника практики від бази практики;
– у триденний термін після закінчення практики надати керівникові практики від кафедри письмовий звіт про проходження практики та заповнений щоденник практики, підписані керівником від бази практики, характеристику з бази практики;
– своєчасно захистити звіт із практики;
– бути присутнім на підсумковій конференції.

Наявність академічної заборгованості з практики за результатами екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне проходження практики. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у Запорізькому національному університеті. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у Запорізькому національному університеті.

8 ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

Індивідуальне завдання є обов'язковим елементом програми виробничої практики для здобувачів ступеня вищої освіти, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня зі спеціальності «Маркетинг». Його виконання спрямоване на формування у студентів-практикантів умінь і навичок самостійного вирішення виробничих та

організаційних завдань у сфері маркетингу.

Завдання розробляються керівником практики від кафедри. Зміст індивідуального завдання керівник практики визначає з урахуванням конкретних умов і можливостей підприємства, організації чи установи, відповідно до цілей і завдань виробничої практики, спрямованості науково-дослідної роботи студента. Індивідуальне завдання видається керівником практики від кафедри здобувачу освіти-практиканту, як правило, у формі доповнення до основного завдання, враховуючи його здібності та теоретичну підготовку. Конкретизується й уточнюється індивідуальне завдання керівниками практики від кафедри та бази практики під час індивідуальних консультацій.

Індивідуальні завдання містять перелік питань, що підлягають вивченню на даному підприємстві, перелік дій практиканта.

Виконання індивідуальних завдань стимулює активність здобувачів освіти, підвищує рівень ініціативності, розширює професійний кругозір, забезпечує цілеспрямованість і практичну орієнтованість проходження практики.

Рекомендовані напрями індивідуального завдання для студентів 3 курсу:

1. Аналіз асортиментної політики підприємства.
2. Дослідження цільової аудиторії підприємства методом опитування/спостереження.
3. Аналіз конкурентів на локальному ринку.
4. Оцінка рівня впізнаваності бренду підприємства.
5. Аналіз організаційної структури маркетингового підрозділу.
6. Дослідження особливостей внутрішньої комунікації на підприємстві.
7. Оцінка ефективності використання рекламних матеріалів підприємства.
8. Аналіз візуальної айдентики компанії (логотип, фірмовий стиль, носії).
9. Вивчення поведінки споживачів у місці продажу.
10. Аналіз інформаційних потоків підприємства, пов’язаних з маркетингом.
11. Оцінка роботи сайту компанії з позицій базового UX.
12. Аналіз використання підприємством соціальних мереж.
13. Постанова маркетингової проблеми та формування цілей для майбутнього дослідження.
14. Аналіз цінової політики підприємства.
15. Дослідження каналів збуту продукції/послуг.
16. Оцінка якості сервісу підприємства методом «таємного покупця».
17. Аналіз відгуків споживачів у відкритих джерелах.
18. Аналіз структури та динаміки продажів підприємства.
19. Оцінка ефективності участі підприємства у виставках/ярмарках (якщо актуально).
20. Підготовка пропозицій щодо покращення комунікації підприємства з клієнтами.

Рекомендовані напрями індивідуального завдання для студентів 4 курсу:

1. Розробка та оцінка маркетингової стратегії підприємства на основі SWOT/PESTEL-аналізу.
2. Формування портретів споживачів (buyer personas) із застосуванням методів сегментації.
3. Аналіз конкурентного середовища за моделлю п’яти сил Портера.
4. Розробка рекомендацій щодо оптимізації інтернет-маркетингу підприємства.
5. Оцінка ефективності digital-комунікацій (SMM, email, таргетинг).
6. Дослідження воронки продажів та визначення вузьких місць.
7. Аналіз поведінки онлайн-користувачів з використанням Google Analytics/Meta Insights (за можливості).
8. Оцінка ефективності рекламних кампаній підприємства (медіааналіз).
9. Аналіз бренду та визначення напрямів його позиціонування.
10. Розробка пропозицій щодо оптимізації товарної політики.
11. Дослідження задоволеності клієнтів методом NPS або CSI.
12. Аналіз ефективності системи лояльності компанії.
13. Оцінка економічної доцільності впровадження нового продукту або послуги.
14. Аналіз конкурентоспроможності продукції на основі багатокритеріальних методів.
15. Дослідження репутації бренду в цифровому середовищі (digital PR, ORM).
16. Розробка прототипу рекламної кампанії (offline або online).
17. Аналіз цінової стратегії з урахуванням еластичності попиту.
18. Оцінка та оптимізація процесів клієнтського сервісу (Customer Journey Map).
19. Оцінка можливостей виходу підприємства на нові сегменти/ринки.
20. Розробка пропозицій щодо вдосконалення маркетингової діяльності на основі отриманих результатів практики.

Індивідуальне завдання є частиною звіту з практики. Рекомендований обсяг індивідуального завдання – від 8 до 10 сторінок. Зважаючи на обраний напрям, індивідуальне завдання має носити описово-аналітичний або розрахунково-аналітичний характер.

9 ВИМОГИ ДО ЩОДЕННИКА З ПРАКТИКИ

Практика – один із найважливіших етапів навчання в ЗВО. Під час неї студент набуває необхідних навичок для роботи та закріплює знання, отримані під час навчання у закладі вищої освіти. Успішність проходження практики оцінюється за результатами звітних документів. Звітні документи з практики дають можливість систематизувати свої досягнення, аналізувати власну

діяльність і отримувати зворотний зв'язок від керівників практики. Це важливий етап у професійному становленні, який допомагає закріпити знання та набуті навички на практиці.

Щоденник практики – один з основних звітних документів студента під час проходження виробничої практики, який надає чітке уявлення про те, що саме студент має виконати, а також допомагає зрозуміти роль практики в його професійному розвитку. Форму щоденника практики подано в додатку А.

У ході практики студент щодня вносить у щоденник усе, що він зробив для виконання програми та графіка проходження практики. Прибувши на підприємство, студент повинен подати щоденник керівникові практики від бази практики, пройти інструктаж з техніки безпеки, ознайомитися з робочим місцем і уточнити план проходження практики.

Щоденник дозволяє здійснювати поточний контроль за проходженням здобувачем освіти практики. Перевіряють щоденник керівник практики від кафедри та керівник практики від бази практики, вони ж дають письмові зауваження, додаткові завдання й підписують записи, що їх зробив студент.

Після закінчення практики щоденник переглядають керівники практики, які складають відгуки й підписують його. Оформлений щоденник разом зі звітом здобувач освіти повинен здати на кафедру управління персоналом і маркетингу. Без заповненого щоденника практика не зараховується.

Структурні складові щоденника практики:

1. Титульна сторінка. Оформлюється згідно з вимогами і містить базову інформацію про ЗВО, дані про вид і назву практики та відомості про здобувача освіти-практиканта.
2. Загальні відомості про направлення студента на базу практики, дати прибуття на практику та вибуття, відомості про відповідальну особу.
3. Індивідуальне завдання.
4. Основні положення практики.
5. Правила ведення та оформлення щоденника.
6. Календарний графік проходження практики (дата, назва робіт, відмітка про виконання, примітки).
7. Робочі записи під час практики з коротким викладом змісту виконаної роботи відповідно до програми практики.
8. Відгук і оцінка роботи студента з практики від керівника практики від бази практики.
9. Висновки керівника практики від кафедри про проходження практики.
10. Дата захисту звіту з практики та оцінки за національною шкалою і шкалою ECTS, засвідчені підписом керівника практики від кафедри.

Індивідуальне завдання допомагає студенту зрозуміти, на що спрямована практика, і слугує орієнтиром для його виконання.

Розділ «*Основні положення практики*» фіксує організаційні моменти та визначає відповідальних осіб.

Правила ведення та оформлення щоденника визначають особливості його заповнення та гарантують його відповідність академічним стандартам, що спрощує оцінювання та допомагає уникнути неточностей у звітності.

Календарний графік дозволяє контролювати дотримання термінів виконання завдань і допомагає організувати практику, щоб студент «не випав» із робочого процесу.

Робочі записи дозволяють студенту оцінити свою діяльність, а також слугують джерелом для звітності й самоаналізу.

Відгук керівника від підприємства підтверджує досягнення студента під час виробничої практики, рівень сформованості його професійних якостей; забезпечує зворотний зв'язок і відображає враження керівника практики про роботу студента.

Висновок керівника практики від кафедри фіналізує проходження практики студентом.

Функції щоденника з практики:

✓ є офіційним документом для підтвердження проходження практики та виконаних завдань;

✓ дозволяє відстежувати виконання завдань, передбачених програмою практики;

✓ допомагає студенту структурувати свою діяльність, дотримуватись графіка та розподіляти час на різні завдання;

✓ сприяє самоаналізу, оцінці власної роботи на практиці та знаходженню шляхів її поліпшення;

✓ надає змогу керівникам практики відслідковувати прогрес студента, забезпечуючи своєчасне коригування його діяльності під час проходження практики.

У щоденнику відображаються всі завдання практики і всі «досягнення» практиканта. Щоденник практики – це ключовий інструмент фіксації професійного становлення майбутнього фахівця, який поєднує в собі методичний, організаційний та аналітичний аспекти. Основна мета ведення щоденника з виробничої практики полягає в забезпеченні контролю, самоаналізу та узагальнення набутого досвіду. Щоденник із практики не лише відображає хронологію виконаних завдань, але й слугує джерелом для критичного аналізу власної роботи, що сприяє професійному зростанню студента. Кожен запис є фіксацією конкретних результатів діяльності, оцінки складності виконаних завдань, взаємодії з колективом та набутого досвіду. Щоденник із практики дозволяє студенту зануритись у реалії професійного середовища, відчути відповідальність за власні дії.

Методичні вимоги та поради щодо заповнення щоденника з практики:

Ведення щоденника передбачає дотримання певних вимог, що дозволяють ефективно організувати здобувачу освіти свою діяльність на практиці та оцінити свій прогрес. Насамперед, важливо дотримуватися чіткої структури, зазначаючи ключові етапи та результати кожного дня чи етапу роботи. Основні вимоги включають регулярність заповнення записів, точність і детальність опису виконаних завдань, аналіз власних спостережень, а також власну оцінку здійсненої діяльності: що вдалось зробити, що вимагало додаткових зусиль, а де можна було б вдосконалити процес. Щоденник із практики має містити записи, що відображають робочі моменти, етапи

навчання, активну участь студента у виробничих процесах. У такому щоденнику студент має фіксувати не лише виконану роботу, але й свої ідеї, пропозиції щодо покращення процесів або виконання завдань більш ефективно.

Доцільно використовувати мобільні додатки для записів під час практики або простий текстовий документ на смартфоні, щоб фіксувати важливі моменти в режимі реального час, а вже потім переносити їх у щоденник. Це зекономить час, адже мобільні додатки нададуть можливість швидко фіксувати інформацію, коли немає можливості записати її на папері.

Найбільш типові помилки при оформленні щоденника:

Проблемою більшості студентів є нерегулярне заповнення щоденника або навіть написання його наприкінці практики, саме це призводить до таких помилок його оформлення:

- ✓ неповна подача інформації, оскільки студенти забувають про події, в яких брали участь, фрагментарний опис виконаних завдань;
- ✓ відсутня інформація про роботу в певні дні, через що складається враження, що студент їх просто пропустив;
- ✓ порушення цілісності подачі інформації;
- ✓ відсутні конкретні дані про виконану роботу, текст обмежується загальною інформацією.

Якість і повнота оформлення щоденника враховуються комісією під час захисту звіту з практики. Оформлення щоденника оцінюється відповідно до критеріїв, що визначені силабусом виробничої практики. Без заповненого щоденника практика не зараховується.

10 ВИМОГИ ДО ЗВІТУ З ПРАКТИКИ

Як тільки практика завершена, попереду на студента чекає важливий етап – написання звіту.

Звіт з практики – це документ, який відображає чого навчився студент, якими навичками оволодів і які професійні якості одержав за період проходження практики, а отже, дозволяє оцінити ступінь готовності здобувача освіти до професійної діяльності.

Складання звіту – відповідальний і копіткий процес. Цей документ повинен містити докладний опис інформації про процес роботи підприємства, зразки його документації та нормативних актів. У звіті потрібно детально описати свою діяльність в організації, розповісти про власні досягнення та запропонувати підходи до поліпшення / оптимізації роботи підприємства.

Звіт із виробничої практики студент складає протягом терміну її проходження в умовах конкретного підприємства (організації, установи), тобто на матеріалах бази практики, за структурою, поданою нижче:

Структура звіту з виробничої практики:

1. Титульна сторінка (додаток Б).
2. Зміст (план) (Додаток В).
3. Вступ (мета, основні завдання практики, умовні позначення).

4. Основна частина.
5. Висновок.
6. Список використаних джерел.
7. Додатки (таблиці, ілюстрації, документи тощо).

Рекомендований обсяг звіту – 30-35 сторінок формату А4 (додатки не входять у загальний обсяг), підготованих на комп'ютері з використанням текстового редактора Word. Вступ займає близько – 2-3 сторінок, основна частина – 22-27 сторінок, висновки – 2-3 сторінки.

У *змісті* наводяться назви структурних елементів звіту в їх логічній послідовності та вказуються номери початкових сторінок. Назви структурних елементів звіту у змісті повинні точно повторювати заголовки в тексті. Не можна скорочувати або давати їх в іншому формулюванні або послідовності. Вільні місця між заголовками та номерами сторінок заповнюють крапками. Зразок оформлення звіту подано в додатку В.

У *вступі* звіту вказується місце проходження практики (назва організації або підприємства, посада, відділ), подається короткий опис мети та завдань виробничої практики, актуальності теми індивідуального завдання практики, об'єкта дослідження (підприємства, організації, установи) та напрямків його маркетингової діяльності. Обсяг вступу – 2-3 сторінки.

Основна частина звіту розподіляється на кілька частин – розділів. Звіт повинен містити три розділи.

Розділ 1. Аналіз маркетингової діяльності підприємства (організації, установи). У цьому розділі необхідно висвітлити такі питання:

– загальна характеристика підприємства (юридичний статус, форма власності, основні види діяльності);
– організаційна структура управління;
– місце та роль маркетингу в системі управління підприємством;
– характеристика маркетингового підрозділу (за наявності);
– основні напрями маркетингової діяльності підприємства;
– загальна характеристика ринку та конкурентного середовища;
– короткий аналіз споживачів та цільових сегментів;
– огляд ключових елементів маркетингового комплексу (товар, ціна, розподіл, комунікації).

Аналіз має носити оглядово-аналітичний характер і слугувати базою для виконання індивідуального завдання.

Доцільно використовувати такі інструменти: SWOT-аналіз; PEST-аналіз; аналіз конкурентного середовища (модель 5 сил Портера); базовий аналіз маркетингового комплексу (4P/7P).

Матеріал бажано ілюструвати таблицями, схемами, діаграмами.

Обсяг першого розділу – 8-10 сторінок. Аналіз напрямку маркетингової діяльності визначається керівником практики від кафедри.

Розділ 2. Індивідуальне завдання (описово-аналітичного або розрахунково-аналітичного характеру).

Другий розділ є ключовим і формується відповідно до обраної теми з переліку індивідуальних завдань (аналіз асортименту, цільової аудиторії,

конкурентів, бренду, цінової політики, каналів збуту, соціальних мереж, UX сайту, поведінки споживачів, відгуків, сервісу тощо).

У цьому розділі необхідно висвітлити такі питання:

- обґрунтування вибору теми індивідуального завдання з урахуванням специфіки підприємства;
- мета та завдання дослідження;
- теоретичне обґрунтування обраної теми;
- методика дослідження та джерела інформації;
- результати виконання завдання (з графіками, таблицями, розрахунками – залежно від обраної теми).

Залежно від теми індивідуального завдання можуть застосовуватися такі методи:

- ✓ для аналізу асортименту: ABC-, XYZ-аналіз, матриця BCG;
- ✓ для дослідження споживачів: опитування, анкетування, Customer Journey Map, сегментація;
- ✓ для аналізу конкурентів: бенчмаркінг, конкурентні карти;
- ✓ для аналізу бренду та комунікацій: контент-аналіз, PESO-модель, SMM-аналітика;
- ✓ для оцінки цінової політики: порівняльний аналіз цін, аналіз еластичності;
- ✓ для цифрового маркетингу: аналіз соціальних мереж, показники CTR, охоплення, залученість;
- ✓ для сервісу та якості обслуговування: метод «таємного покупця», аналіз відгуків;
- ✓ для збуту та продажів: аналіз каналів збуту, воронка продажів.

Рекомендується активно використовувати цифрові інструменти: Google Forms, Google Analytics, Meta Business Suite, CRM-системи, Excel, Power BI тощо. Результати дослідження обов'язково мають бути представлені у вигляді таблиць, графіків, діаграм.

Обсяг другого розділу – 8-10 сторінок.

Розділ 3. Пропозиції щодо вдосконалення діяльності підприємства (установи, організації). У третьому розділі студент формує практичні пропозиції на основі проведеного аналізу (розділи 1–2). Необхідно визначити ключові проблеми та недоліки; окреслити можливості розвитку; запропонувати конкретні заходи щодо вдосконалення (відповідно до теми індивідуального завдання). Рекомендації можуть стосуватися: покращення асортименту; оптимізації цінової політики; підвищення ефективності комунікацій; розвитку бренду; удосконалення роботи з клієнтами; підвищення ефективності цифрового маркетингу; покращення сервісу та клієнтського досвіду.

Пропозиції доцільно подавати за структурою: сутність пропозиції; обґрунтування доцільності; очікувані результати; необхідні ресурси; можливі ризики; етапи впровадження.

Рекомендації повинні бути реалістичними, економічно обґрунтованими та узгодженими з можливостями підприємства.

Обсяг третього розділу – 5-7 сторінок.

У кінці звіту надаються *висновки* за результатами проходження практики, визначається ступінь вивчення питань відповідно до цілей практики та реалізації виробничих завдань. У висновках викладають важливі практичні результати, одержані у ході практики. Висновки необхідно конкретизувати відповідно до діяльності підприємства (установи, організації). Обсяг висновків – 2-3 сторінки.

Список використаних джерел. Список використаних у звіті джерел має становити не менше 30-35 найменувань. До цього списку включаються всі публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, які використані для написання звіту і на які є посилання в тексті. Джерела у списку рекомендується розміщувати в порядку появи посилань на них у тексті (найзручніший спосіб) або в алфавітному порядку перших літер прізвищ авторів або назв. Перевагу потрібно надавати літературним джерелам, опублікованим протягом останніх 5-10 років.

Звіт із практики має містити *додатки*. У додатки можуть виноситися організаційні документи підприємства (структурна схема, посадові інструкції, витяг з ЄДРПО), а також зразки маркетингових матеріалів – рекламні макети, скриншоти кампаній у соцмережах, результати анкетування. Або ж аналітичні матеріали: таблиці розрахунків, графіки, діаграми, результати A/B-тестів або SWOT-аналізу. У тексті звіту на всі додатки обов'язково робляться посилання. Кількість додатків не обмежується, але надмірний їх обсяг є небажаним.

Звіт має бути підготовлений якісно, виконується він державною мовою з дотриманням норм офіційно-ділового стилю. Складаючи звіт, здобувач освіти повинен подбати про його досконале змістове наповнення, грамотність та унікальність. Грамотний, структурований звіт із проходження практики передбачає ретельний збір інформації про підприємство, ґрунтовний аналіз цієї інформації, розробку плану вдосконалення діяльності підприємства. Важливі у змісті звіту особисті міркування студента-практиканта, його власна думка, обґрунтовані рекомендації та конструктивні пропозиції. Загалом написання звіту з практики сприяє систематизації знань, набутого практичного досвіду, вдосконаленню аналітичних і комунікативних навичок студента, засвоєнню етичних принципів.

При написанні звіту з практики здобувач освіти обов’язково *повинен дотримуватися принципів академічної доброчесності*.

Звіт з практики підлягає захисту. Захист звіту з практики проводиться перед комісією. Оформлення та захист звіту оцінюються відповідно до критеріїв, що визначені силабусом виробничої практики. Виявлення ознак академічної недоброчесності в звіті є підставою для його незарахування.

11 АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПРИ ПРОХОДЖЕННІ ПРАКТИКИ

Значна увага сьогодні приділяється академічній доброчесності, оскільки вона є запорукою високої якості освіти, а також створює атмосферу довіри між усіма учасниками освітнього процесу. Академічна доброчесність базується на таких основних цінностях: чесності, довірі, справедливості, повазі та відповідальності. І здобувачі освіти-практиканти як учасники освітнього процесу повинні неухильно дотримуватися цих принципів на базі практики та під час оформлення звітної документації.

Відповідно до ст. 42. «Академічна доброчесність» Закону України «Про освіту» академічна доброчесність – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень (Додаток Г).

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти-практикантами передбачає:

- ✓ чесну та відповідальну поведінку на базі практики;
- ✓ повагу до чужої праці та її результатів;
- ✓ самостійне виконання змісту практики та індивідуальних завдань;
- ✓ дотримання етичних норм при зборі та обробці даних на базі практики;
- ✓ посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей при оформленні звітної документації;
- ✓ надання достовірної інформації про результати навчальної діяльності на базі практики.

У звітній документації необхідно вказувати ті факти, які можуть підтвердити реальність набутого під час проходження виробничої практики досвіду. Суворо заборонено надавати у щоденнику та звіті інформацію, що не відповідає дійсності, перекручувати чи фальсифікувати наведені дані.

Академічна доброчесність починається з доброчесної поведінки здобувача освіти на базі практики. Здобувач освіти повинен:

- ✓ дотримуватися етичних норм і правил, які діють на базі практики;
- ✓ виконувати всі завдання самостійно і чесно представляти результати у звітній документації;
- ✓ брати на себе відповідальність за свої дії та результати роботи на базі практики;
- ✓ правильно цитувати всі джерела інформації, які використовуються під час виконання індивідуального завдання та оформлення звіту з практики.

12 ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ З ПРАКТИКИ

Належне оформлення звіту не менш важливе, ніж його зміст. Тому при його складанні потрібно *дотримуватися вимог ДСТУ 3008:2015 «Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання».*

Для написання звіту з практики потрібно використовувати стандартні аркуші білого паперу формату А4, підшиті до папки. Текст звіту набирають на комп'ютері шрифтом чорного кольору прямого накреслення з одного боку аркуша паперу.

Текст друкують через 1,5 інтервалу.

Шрифт: гарнітура Times New Roman, 14 кегль.

Абзацний відступ: 1,25 см.

Поля: зліва – 30 мм, справа – 15 мм, зверху та знизу – 20 мм.

Під час оформлювання тексту звіту треба дотримуватися рівномірної насиченості, контрастності й чіткості зображення. Усі літери, цифри та знаки мають бути чіткі й нерозпливчасті. Скрізь по тексту необхідно використовувати однаковий знак тире «–» та один стиль лапок – «…».

Вирівнювання основного тексту – по ширині. При застосуванні автоматичного вирівнювання «по центру» необхідно прибрати абзацний відступ.

Оформлення звіту має бути охайним, без помилок і помітних виправлень.

Нумерація. Сторінки звіту нумерують наскрізно арабськими цифрами, охоплюючи додатки. Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті без крапки в кінці. Не нумерують, але враховують при нумерації титульний аркуш. Номери сторінок проставляють, починаючи із другої (ЗМІСТ).

Нумерацію сторінок розділів, підрозділів, ілюстрацій, таблиць, формул подають так само арабськими цифрами.

Оформлення розділів і підрозділів. Текст основної частини звіту поділяють на розділи й підрозділи. Розділи та підрозділи повинні мати заголовки, що чітко й коротко відображають їх зміст.

Заголовки структурних складових звіту «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛИ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами напівжирним шрифтом по центру рядка (без крапки в кінці). Номер розділу вказують після слова «РОЗДІЛ», крапку після номера не ставлять, потім з нового рядка друкують заголовок розділу великими літерами напівжирним шрифтом по центру без крапки в кінці.

Заголовки підрозділів друкують з абзацного відступу з великої літери без крапки в кінці. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, то їх розділяють крапкою. Розривати слова знаком переносу в заголовках заборонено.

Кожний розділ починають з нового аркуша. Кожен підрозділ продовжує текст попереднього підрозділу і не починається з нового аркуша. Після заголовка підрозділу на сторінці має бути не менше 3-4 рядків тексту. Якщо ці умови не виконуються, заголовок переносять на наступну сторінку.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу та порядкового номера підрозділу, між яким ставлять крапку. В кінці номера підрозділу крапка не ставиться. Потім у тому ж рядку вказують заголовок підрозділу.

Текст звіту розбивають на розділи й підрозділи із зазначенням їх назв відповідно до змісту.

Ілюстрації. Ілюстрації (схеми, діаграми, графіки) подають у звіті безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації позначають словом «Рисунок» і нумерують послідовно арабськими цифрами в межа розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації повинен складатися з номера розділу й порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. Ілюстрацію розташовують по центру. Назву рисунка друкують з великої літери та розміщують під ним у центрі рядка. На всі рисунки мають бути посилання у звіті.

Наприклад:

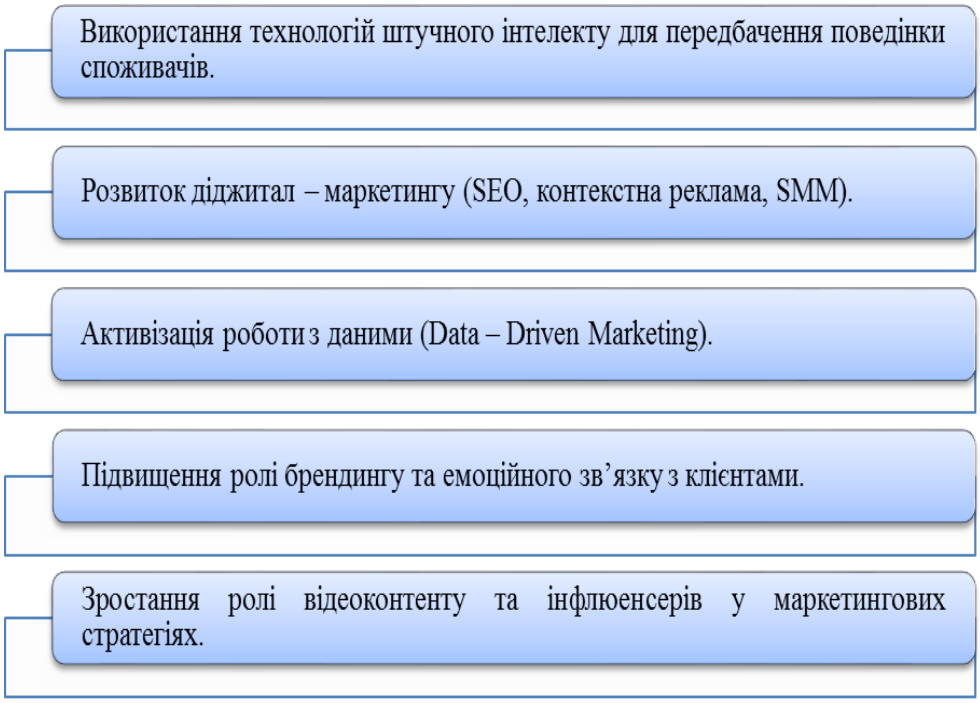
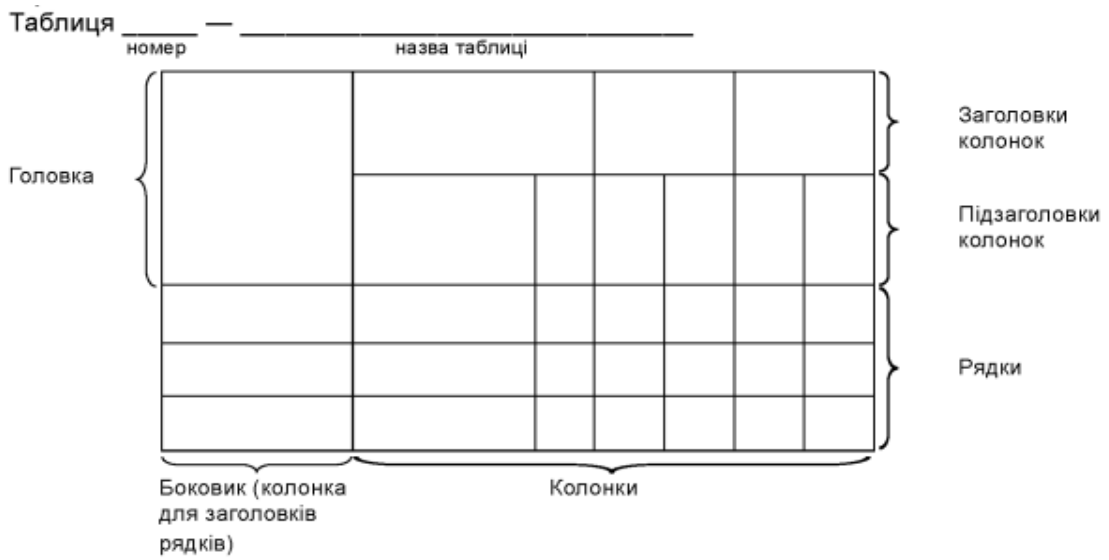


Рисунок 1.3 – Сучасні тенденції маркетингової діяльності

Таблиці. Цифровий матеріал, як правило, оформлюють у вигляді таблиць. Таблицю розміщують безпосередньо після тексту, в якому її згадують уперше, чи на наступній сторінці. На всі таблиці дають посилання в тексті.

Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) у межах розділу. Номер таблиці має складатися з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка. Після останньої цифри крапка не ставиться. Наприклад, таблиця 3.1 – перша таблиця третього розділу.

Таблиці необхідно оформлювати відповідно до наведеного нижче зразка.



Назва таблиці має відображати її зміст, бути конкретною та стислою. Назву друкують з великої літери й розміщують над таблицею з абзацного відступу.

Наприклад:

Таблиця 1.1 – Систематизація підходів визначення бренду

Підхід	Суть підходу	Автор
Ідентифікаційний підхід	Бренд – ідентифікація приналежності товарів до певної групи виробників та їх конкурентної диференціації.	Ф. Котлер
Якісний підхід	Бренд запевняє споживачів у тому, що якість товару буде незмінно високою (порівняно з конкурентами).	Р. Кох
Корпоративний підхід	Бренд – активний учасник будь-яких міжособистісних відносин між споживачем та брендом, співробітником і споживачем, співробітником та акціонерами.	Л. де Чернатоні
Ціннісний підхід	Цінності бренду – головний елемент корпоративної Культури.	І. Кунде
Декларативний підхід	Бренд – це обіцянка споживачеві, товар – це реалізація обіцянки.	С. Крейнер, Д. Дирлав
Емоційно-чуттєвий підхід	В основі формування бренду – почуття та емоції. Необхідність в емоційних взаєминах між брендом та споживачем.	М. Ліндстром, К. Робертс

Формули. Формули розташовують після тексту, в якому вони згадуються, посередині сторінки. Формули у звіті (за винятком формул, наведених у додатках) слід нумерувати порядковою нумерацією в межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули, відокремлених крапкою. Наприклад, формула (1.3) – третя формула першого розділу. Номер формули зазначають на рівні формули в дужках у крайньому правому положенні на рядку.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів, що входять до формули, необхідно наводити безпосередньо під формулою у тій

послідовності, в якій вони зустрічаються. Пояснення значення кожного символу чи числового коефіцієнта слід давати з нового рядка.

Наприклад:

$$T_{зр.}П > T_{зр.}Д > T_{зр.}ВК > T_{зр.}А\,, \qquad (1.1)$$

де $T_{зр.}П$ – темп зростання чистого прибутку;

$T_{зр.}Д$ – темп зростання доходів;

$T_{зр.}ВК$ – темп зростання власного капіталу;

$T_{зр.}А$ – темп зростання сукупних активів.

Примітки. Якщо є потреба пояснень до тексту, таблиць і рисунків, то використовують примітки. Одну примітку не нумерують. Слово «Примітка» друкують кеглем 12 через один міжрядковий інтервал з абзацного відступу з великої літери з крапкою в кінці. У тому самому рядку через проміжок з великої літери друкують текст примітки тим самим шрифтом. Наприклад:

Примітка. _____

_____

Якщо приміток дві та більше, їх подають після тексту, якого вони стосуються і нумерують арабськими цифрами. Наприклад:

Примітка 1. _____

_____

Примітка 2. _____

_____

Якщо примітка лише одна, то її не нумерують і після слова «Примітка» ставлять крапку.

Переліки. За потреби в тексті звіту можуть подаватися переліки. Перед переліком ставиться двокрапка (крім пояснювальних переліків на рисунках).

Якщо подають переліки одного рівня підпорядкованості, на які у звіті немає посилань, то перед кожним із переліків ставлять знак «тире». Якщо у звіті є посилання на переліки, підпорядкованість позначають малими літерами української абетки, далі – арабськими цифрами, далі – через знаки «тире».

Після цифри або літери певної позиції переліку ставлять круглу дужку.

Наприклад:

а) _____;

б) _____;

1) _____;

— _____;

— _____;

2) _____;

в) _____.

У тексті звіту необхідно дотримуватися єдиного способу оформлення переліків.

Перерахування першого рівня деталізації пишуть малими буквами з абзацного відступу, другого рівня – із відступом відносно місця розташування перерахувань першого рівня.

Наприклад:

Комплекс маркетингу (Marketing Mix) для ТОВ «Україна» включає:

а) Product (Продукт):

1) розробка товару/послуги, що відповідає потребам цільової аудиторії;
2) формування асортиментної політики;
3) удосконалення дизайну упаковки, зовнішнього вигляду продукту;
4) управління життєвим циклом товару;

б) Price (Ціна):

1) розробка цінової стратегії (преміум, економ, конкурентне ціноутворення);
2) встановлення рівнів цін з урахуванням попиту і пропозиції;
3) надання знижок, акцій, бонусних програм;
4) гнучке ціноутворення залежно від сегментів ринку.

Скорочення та умовні познаки. Цей структурний елемент (за наявності) містить переліки скорочень, умовних позначень, символів, одиниць і термінів. Переліки скорочень та умовних позначень слід розташовувати стовпцем. Ліворуч в алфавітному порядку наводять скорочення або умовні познаки спочатку українською мовою, а потім іншими мовами (за наявності), а праворуч – їх розшифрування.

Посилання та цитування. При написанні звіту необхідно давати посилання на джерела, з яких наводяться дані у тексті. Посилатися необхідно на останні видання публікацій. На більш ранні видання можна посилатися лише в тих випадках, коли в них є матеріал, який не включено до останнього видання.

Посилання в тексті звіту з практики потрібно зазначати порядковим номером за списком використаних джерел, виділеним двома квадратними дужками. Наприклад, «…у працях [1–7]…» або «…у роботах [5, с. 87]…».

У разі посилання на структурні елементи звіту зазначають відповідно номери розділів, підрозділів, рисунків, формул.

Посилаючись, треба використовувати такі вирази: «у розділі 1», «див. 2.1», «(рисунок 1.3)», «відповідно до таблиці 1.1», «згідно з формулою (1.2)» тощо.

Дозволено в посиланні використовувати загальноприйняті та застандартовані скорочення. Наприклад, «згідно з рис. 10», «див. табл. 3.3» тощо.

Якщо використовуваний ілюстративний матеріал (рисунки, таблиці тощо) створений не автором звіту, то потрібно дотримуватися вимог чинного

законодавства України про авторське право. Під назвою рисунка чи таблиці в квадратних дужках робиться посилання на джерело.

Наприклад:

Джерело: [11, с. 9]

Або

Джерело: розроблено на основі [6]

Або

Джерело: складено за матеріалами [11, с. 191–192; 13, с. 23].

Посилання на джерело робиться з абзацного відступу, через один міжрядковий інтервал.

Для посиланням на авторитетне джерело, підтвердження власних аргументів, ілюстрації власної позиції слід наводити цитати.

Загальні вимоги до цитування такі:

а) текст цитати починається та закінчується лапками і наводиться в тій граматичній формі, в якій він поданий у джерелі, зі збереженням особливостей авторського написання; стиль лапок має бути однаковим у всьому тексті роботи;

б) цитування має бути повним, без довільного скорочення авторського тексту та без перекручення думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні допускається без перекручення авторського тексту і позначається трьома крапками. Вони ставляться у будь-якому місці цитати (на початку, всередині, наприкінці). Якщо перед випущеним текстом або за ним стояв розділовий знак, то він не зберігається;

в) кожна цитата обов'язково супроводжується посиланням на джерело;

г) при непрямому цитуванні (переказі, викладі думок інших авторів своїми словами), що дає значну економію тексту, слід бути точним у викладенні думок автора, коректним щодо оцінювання його результатів і давати відповідні посилання на джерело.

Список використаних джерел. Оформлювати бібліографічний опис використаних у звіті джерел необхідно з урахуванням вимог ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». Приклади оформлення опису різних видів джерел подано в додатку Д.

Список використаних джерел розпочинають із нової сторінки. Самі джерела нумерують арабськими цифрами. Спочатку наводять посилання кирилицею, потім латиницею. Усі джерела в переліку посилань подаються мовою оригіналу.

Додатки. Додатки є важливим засобом доповнення та уточнення основного змісту звіту. Додатки оформлюють як продовження звіту на наступних сторінках, розміщуючи їх у порядку посилання на них у тексті. Кожний додаток має починатися з нової сторінки.

Кожний додаток повинен мати заголовок, який друкують вгорі малими літерами з першої великої симетрично до тексту сторінки.

Над заголовком посередині рядка друкують слово «ДОДАТОК» і поряд вказують велику літеру, що позначає додаток.

Додатки позначають послідовно великими літерами української абетки, крім літер Ґ, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Наприклад, ДОДАТОК А, ДОДАТОК Б. Один додаток позначають як ДОДАТОК А.

Якщо додаток займає декілька сторінок, то слово «ДОДАТОК» та його позначення вказують один раз. На другій чи наступній сторінках праворуч пишуть «Продовження додатка…» та вказують його позначення. Наприклад, «Продовження додатка А».

На останній сторінці додатка пишуть слова: «Закінчення додатка __» та вказують позначення. Наприклад, «Закінчення додатка А».

Ілюстрації, таблиці та формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка.

Якщо в роботі як додатки використовуються документи, які оформляються згідно з вимогами до документації даного виду, їх копії повинні бути представлені на аркушах стандартного формату з одного боку. На першій сторінці такого документа мають бути зазначені ті ж реквізити, що й на звичайному додатку. У разі відсутності вільного місця перед таким документом вставляється чистий лист, на якому посередині пишуть позначку і назву додатка.

13 ХАРАКТЕРИСТИКА ВІД БАЗИ ПРАКТИКИ

Характеристика з бази практики – це документ, який відображає оцінку діяльності здобувача освіти під час проходження практики, надану керівником практики від підприємства.

Після завершення практики керівник від бази практики складає характеристику, в якій дає оцінку здобувачеві освіти, виходячи з того, як він відвідував базу практики і ставився до практики, наскільки був активний, сумлінний, наскільки старанно й відповідально виконував доручення та виробничі завдання, як виявляв свої інтереси та здібності, описує особистісні якості студента, визначає рівень сформованості фахових компетентностей. Характеристика завіряється підписом керівника практики від бази практики та печаткою підприємства.

Характеристика слугує для:

- підтвердження факту проходження студентом практики;
- стислого аналізу діяльності здобувача освіти на базі практики;
- оцінки ефективності фахової підготовки студента і його здатності застосовувати засвоєні знання на практиці;
- визначення ступеня готовності студента до майбутньої професійної діяльності.

У документі вказуються: період проходження практики, назва первинної посади, вдосконалені й набуті навички та професійні якості, повнота та якість виконання завдань практики, рівень придатності до виконання визначених видів робіт, рекомендації, зауваження та інші важливі аспекти. Зазначається в характеристиці й те, що не вдалося студентові освоїти під час практики, з чим виникли труднощі. Форму характеристики з бази практики подано в додатку Е.

На характеристику здобувача освіти-практиканта впливають такі чинники:

- ✓ явка (відсутність або наявність прогулів);
- ✓ залучення студента до практичної діяльності;
- ✓ участь у різних заходах підприємства (установи, організації);
- ✓ якість виконання своїх обов'язків і доручень як члена колективу;
- ✓ здатність до навчання, до опанування фахових навичок;
- ✓ готовність до роботи в команді тощо.

Характеристика студента з бази практики є формою зворотного зв'язку та має велике значення для закладу вищої освіти й випускової кафедри, оскільки вона дозволяє оцінити якість фахової підготовки студентів і ефективність організації освітнього процесу.

14 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Основні показники діяльності студентів, що враховуються при оцінюванні результатів практики:

– ставлення здобувача освіти-практиканта до виконання своїх обов'язків на базі практики;

– дотримання графіку проходження практики та виконання програми практики;

– ступінь оволодіння способами професійної діяльності, уміннями й навичками застосування знань на практиці, результативність у виконанні професійних функцій, самостійність;

– своєчасність і якісність виконання індивідуального завдання;

– своєчасність подання, повнота та правильність оформлення звітної документації;

– характеристика та оцінка керівником практики від бази практики діяльності здобувача освіти-практиканта;

– якість захисту звіту з практики.

Види і зміст контрольних заходів, критерії оцінювання та розподіл балів представлені в таблиці нижче.

Види і зміст контрольних заходів

Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
1	2	3	4
Поточний контроль (робота студента під час практики)			
Звітування перед керівником практики від кафедри про виконану роботу на базі практики. Обговорення проблемних питань.	Оцінюються такі види робіт: - опис видів та інструментів маркетингової діяльності підприємства, сучасних підходів до розробки маркетингових стратегій і планів, SMM- , CRM- , digital-аналітики тощо; - характеристика застосованих методів аналізу ринку, конкурентного середовища, поведінки споживачів; - подача аналітичної інформації про підприємство.	Критерії оцінювання: - глибина та точність розуміння маркетингової діяльності підприємства; - вміння чітко та лаконічно викладати свої думки; - наявність прикладів та доказів для підтвердження своїх тверджень. Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання завдань на базі практики, становить 10 балів. 10 балів: усі види робіт зі збору, опрацювання, аналізу та викладення даних виконані без зауважень; 9-6 балів: усі види робіт зі збору, опрацювання, аналізу та викладення даних здійснено не в повному обсязі, але без суттєвих помилок та зауважень; 5-4 бали: усі види робіт зі збору, опрацювання, аналізу та викладення даних здійснено не в повному обсязі, з певними зауваженнями; 3-1 бал: зібрана лише статистична інформація, відсутнє опрацювання та аналіз зібраних даних ; 0 балів: ознайомлення з базою практики, збір, опрацювання, аналіз даних не виконано.	10
Поточний контроль (робота над звітом з практики)			
Підготовка Розділу 1 звіту з практики. Обговорення проблемних питань	Написання Розділу 1звіту з практики передбачає висвітлення таких питань: - юридичний статус підприємства (організації, установи); - форма власності; - організаційна структура управління підприємством; - основні напрямки діяльності; - місце та функції маркетингового підрозділу;	Критерії оцінювання: - глибина проведеного аналізу; - якість опису підприємства (організації, установи), маркетингових функцій його структурних підрозділів та застосованих на підприємстві маркетингових технологій; - структура тексту та грамотність. Максимальна оцінка, яку студент може отримати за написання Розділу 1, становить 10 балів: 10 балів: повне та вичерпне викладення змісту розділу; інформація, яка подана у розділі, є актуальною та достовірною; 9-7 балів: тема розділу розкрита, але	10

	- види та інструменти маркетингової діяльності: традиційні та цифрові; - аналіз асортиментної політика; - аналіз цінової політики; - аналіз комунікаційної політики; - дослідження кон'юнктури ринку; - аналіз ринку, конкурентного середовища; - дослідження поведінки споживачів та ін. - висновки щодо особливостей маркетингової діяльності підприємства. *Обсяг першого розділу – 8-10 сторінок*	є певні недоліки (напр.: нечітко сформульована мета, аналіз маркетингових процесів поверховий, вибір інформаційних матеріалів (рисунки, таблиці, графіки, схеми) не обґрунтований, наявність неактуальної інформації; 6-1 бал: неповне викладення змісту розділу/спостерігається певна невідповідність змісту роботи вимогам програми практики; тема розділу звіту розкрита часткова, мета розділу не сформульована, представлений аналіз маркетингових процесів поверховий, переважає описовість, наявна недостовірність поданої у розділі інформації. 0 балів: розділ не підготовлений або потребує повного перероблення, значного доопрацювання.	
Підготовка Розділу 2 звіту з практики. Обговорення проблемних питань	Написання Розділу 2 звіту з практики передбачає виконання індивідуального завдання *описово-аналітичного або розрахунково-аналітичного характеру*: застосування певних кількісних чи якісних методів (напр., SWOT, PEST, RFM, ABC-аналіз, матриці BCG та Brand Asset Valuator) для аналізу маркетингової проблеми або задачі на підприємстві, визначення заходів щодо їх вирішення. Наприклад, аналіз ринку, поведінки споживачів, ефективності рекламної кампанії або SMM-стратегії. *Обсяг другого розділу – 8-10 сторінок.*	*Критерії оцінювання:* - логіка викладу; - глибина аналізу; - достовірність наданої інформації; - якість виконання завдання; - дотримання вимог щодо структури, технічного та мовного оформлення. Максимальна оцінка, яку студент може отримати за написання Розділу 2, становить10 балів. 10 балів: завдання виконано, тема розкрита повністю і викладена без помилок; 9-8 балів: завдання виконано з окремими неточностями, але без суттєвих помилок і критичних зауважень; 7-6 балів: завдання виконано, але основні параметри висвітлено частково; наявні неточності та помилки; 5-3 балів: завдання виконано з помилками та суттєвими неточностями; 2-1 бал: завдання повністю не виконано, але зібрана статистична інформація; 0 балів: завдання не виконано або потребує повного перероблення, значного доопрацювання.	10

Підготовка Розділу 3 та висновків звіту з практики. Обговорення проблемних питань. Попередня оцінка звіту з практики.	У розділі необхідно висвітлити недоліки, проблеми, потенціал та основні напрями удосконалення діяльності підприємства у маркетинговій сфері відповідно до теми обраного дослідження; сформулювати пропозиції щодо вдосконалення діяльності підприємства (установи, організації), які рекомендовано подати за такою структурою: - загальна характеристика суті пропозиції (нововведення, що пропонується здійснити); - обґрунтування доцільності застосування пропозиції (нововведення) та очікувані результати від її реалізації; - стан готовності підприємства до реалізації пропозиції (нововведення); - план заходів, необхідних для впровадження такої пропозиції. *Обсяг третього розділу – 5-7 сторінок.* *Висновки* за результатами проходження практики: викладають важливі практичні результати, одержані у ході практики. Висновки необхідно конкретизувати відповідно до діяльності підприємства (установи, організації).	*Критерії оцінювання:* - логіка викладу; - чітке формулювання суті пропозицій (нововведень) - аргументованість/обґрунтування доцільності та очікувані результати від реалізації запропонованих пропозицій; - правильність та обґрунтованість зроблених висновків; - дотримання вимог щодо структури, технічного та мовного оформлення. Максимальна оцінка, яку студент може отримати за написання Розділу 3 та висновків, становить10 балів. 10 балів: запропоновані здобувачем пропозиції свідчать про глибокі знання та розуміння маркетингових процесів на об'єкті практики, надано обґрунтування доцільності застосування певних заходів, розроблено покроковий план упровадження запропонованих заходів, прораховано можливі ризики та шляхи їх усунення; висновки зроблено по суті, з визначенням практичних результатів для своєї подальшої професійної діяльності; 9-8 балів: розділ розкрито повно, без суттєвих помилок і зауважень, надано обґрунтування доцільності впровадження певних заходів, але наявні окремі несуттєві неточності у визначенні можливих ризиків, шляхів їх усунення; висновки зроблено по суті, перераховано практичні результати; 7-6 балів: завдання виконано, але основні параметри висвітлено частково, план заходів викладено описово, без обґрунтування доцільності, можливі ризики не прораховано; висновки зроблено, але чітко не визначено практичні результати; 5-3 балів: завдання виконано зі значними помилками, запропонований план заходів необґрунтовано, є неточності та помилки у визначенні можливих ризиків, не запропоновано шляхи їхнього усунення; висновки недостатньо обґрунтовані, носять описовий характер, без визначення практичних результатів; 2-1 бал: основна частина повністю не виконана, запропонований план заходів необґрунтований і нелогічний; висновки поверхові, лише частково	10

	Обсяг висновків – 2-3 сторінки.	відповідають завданню. 0 балів: розділ не підготовлений або потребує повного перероблення, значного доопрацювання; висновки відсутні. *Попереднє оцінювання оформлення звітної документації передбачає* перевірку відповідності вимогам щодо структури звіту, повноти розкриття розділів, вимогам до технічного та мовного оформлення тощо. У разі позитивної оцінки звіту з практики керівник практики надає допуск до його захисту. На доопрацювання звіт повертається у разі: -невідповідності встановленим вимогам щодо його змісту, структури та оформлення; - виявлення фактів несамостійності виконання звіту або неточності/недостовірності наданої в ньому інформації; - якщо здобувач отримав менше 35 балів за заходи поточного контролю.	
Оцінювання роботи здобувача освіти керівником практики від бази практики	Керівник практики на підприємстві оцінює загалом роботу практиканта та виконання ним завдань. Ця оцінка залежить також від: - дисциплінованості студента під час проходження практики; - дотриманні ним графіка і змісту проходження виробничої практики; - якості та правильності виконання завдань; - комунікабельності, креативності тощо.	10-9 балів («відмінно») – здобувач проявив високу відповідальність, ініціативність, самостійність у виконанні завдань, виконував усі доручення вчасно, коректно взаємодіяв із колективом. 8-6 балів («добре») – загалом робота практиканта позитивна, проте є окремі незначні зауваження щодо активності, відповідальності або якості виконання завдань. 5-3 балів («задовільно») – здобувач виконував завдання практики, але з деякими порушеннями термінів, недостатньою ініціативністю або потребував додаткових пояснень від керівника. 2-0 балів («незадовільно») – здобувач не проявив зацікавленості, мав проблеми з виконанням завдань, отримав негативні зауваження щодо дисципліни або якості роботи.	10
Усього за поточний контроль			**60**

Підсумковий контроль			
Оформлення звітної документації (щоденник практики, звіт із практики)	Оформлення звітної документації має відповідати встановленим вимогам.	*Критерії оцінювання оформлення щоденника практики:* - повнота заповнення, правильність оформлення (максимально 2 бали); - грамотність оформлення (максимально 1 бал); - своєчасність подання щоденника на перевірку (максимально 1 бал). *Критерії оцінювання оформлення звіту з практики:* - наявність та впорядкованість усіх структурних елементів звіту з практики (титульного аркуша, змісту, списку використаних джерел, додатків) (максимально 2 бали); - дотримання вимог щодо технічного та мовного оформлення звіту з практики (максимально 2 бали); - правильність оформлення цитувань і посилань, достовірність наведених фактів як складові академічної доброчесності (максимально 2 бали).	10
Захист звіту. Відповіді на запитання членів комісії	Публічний захист звіту перед комісією, відповіді на запитання членів комісії, врахування характеристики від керівника практики від бази практики та виставленої ним оцінки здобувачеві освіти-практикантові та загального висновку керівника практики від кафедри стосовно роботи студента на базі практики.	*Критерії оцінювання захисту:* - ступінь реалізації програми практики (максимально 10 балів); - дотримання календарного графіка проходження практики (максимально 5 балів); - демонстрація глибоких фахових знань під час захисту, повнота та обґрунтованість відповідей по суті на запитання членів комісії, орієнтування в змісті звіту з практики та в програмі практики в цілому (максимально 15 балів).	30
Усього за підсумковий контроль	Оцінка за підсумковий контроль (оформлення щоденника практики, оформлення звіту з практики, публічний захист звіту з практики) включає загальну суму балів, одержаних здобувачем освіти за всі види діяльності на базі практики та виконання завдань відповідно до критерії оцінювання. Так, здобувач освіти отримує оцінку «відмінно» (40-31 балів), якщо його доповідь під час захисту змістовна й логічна, відповіді на питання членів комісії вичерпні й аргументовані, розуміння матеріалу глибоке, визначені програмою практики вміння сформовані; виклад матеріалу під час виступу логічний, доказовий, висновки й узагальнення точні; характеристика від керівника практики від бази практики позитивна; звітні матеріали оформлені якісно, відповідно до встановлених вимог.		**40**

	Здобувач освіти отримує оцінку «добре» (30-21 балів), якщо його доповідь під час захисту змістовна, але недостатньо систематизована, окремі вміння недостатньо сформовані, у визначеннях понять та узагальненнях допущені окремі неточності, які легко виправляються у ході відповідей на додаткові запитання членів комісії; характеристика від бази практики загалом позитивна; водночас наявні некритичні зауваження щодо змісту й оформлення звітних документів з практики. Здобувач отримує оцінку «задовільно» (20-11 балів), якщо під час захисту він демонструє розуміння основних питань програми практики, проте відзначаються значні прогалини у знаннях, відповіді на питання членів комісії поверхові; висновки слабо аргументовані, у них наявні помилки; визначені програмою практики вміння сформовані недостатньо, під час проходження практики здобувач освіти потребував постійних настанов із боку керівників практики; у характеристиці з бази практики містяться суттєві зауваження; звітні документи з практики оформлені неякісно, з порушенням вимог щодо їх структури, змісту й оформлення. Здобувач освіти отримує оцінку «незадовільно» (10-0 балів), якщо він виконав програму практики частково; порушував календарний графік проходження практики, ігнорував рекомендації та доручення керівників практики; у характеристиці з бази практики міститься негативна оцінка щодо ставлення здобувача освіти до практики та трудової дисципліни; на запитання членів комісії студент не надав правильних відповідей; звітні документи оформлені не в повному обсязі та недбало, надана в них інформація не відповідає дійсності.	

Загальне оцінювання проходження практики

Загальна оцінка за проходження виробничої практики встановлюється за 100-бальною шкалою та складається із суми балів, які виставляються здобувачеві освіти у ході поточного (максимально 60 балів) та підсумкового контролю (максимально 40 балів).

На оцінку *«відмінно»* (90-100 балів) заслуговує студент, який виявив під час проходження практики високий рівень професійної компетентності, здатність самостійно та творчо виконувати професійні функції, передбачені програмою практики; продемонстрував високий рівень володіння інноваційними технологіями; виконав індивідуальне завдання та програму практики загалом повно та у встановлені терміни.

Зміст і оформлення щоденника практики та звіту з практики відповідають визначеним вимогам, виконані самостійно. Матеріал, представлений у звіті, добре структурований і логічно викладений. Характеристика на студента від бази практики є позитивною. Захист звіту пройшов успішно, в лаконічному виступі здобувач освіти повною мірою розкрив результати проходження практики, чітко обґрунтував висновки, дав повні та точні відповіді на всі запитання членів комісії.

На оцінку *«добре»* (75-89 балів) заслуговує студент, який виявив під час проходження практики достатній рівень професійної компетентності, здатність

самостійно виконувати професійні функції, передбачені програмою практики; виконав програму практики загалом повно та у встановлені терміни. Наявні несуттєві зауваження щодо змісту та оформлення щоденника практики та звіту з практики (поодинокі випадки порушення логіки викладу, окремі неточності у висновках, несуттєві мовні огріхи й огріхи в технічному оформленні тощо). Характеристика на студента від бази практики загалом є позитивною та не містить критичних зауважень. Висловлені керівником практики від бази практики побажання носять здебільшого рекомендаційний характер. У ході захисту звіту здобувач освіти повною мірою розкрив результати проходження практики, обґрунтував висновки, надав відповіді на всі запитання членів комісії, припустившись окремих, не критичних неточностей.

На оцінку *«задовільно»* (60-74 балів) заслуговує студент, який виявив під час проходження практики посередній рівень сформованості професійної компетентності, виконав програму практики частково, припускався порушень графіку проходження практики, потребував постійних настанов з боку керівника практики від кафедри. Відзначається суттєве порушення вимог до оформлення щоденника практики та звіту з практики. Характеристика студента в цілому задовільна, але в ній містяться суттєві зауваження керівника практики від бази практики. У ході захисту звіту з практики студент почувався невпевнено, припускався помилок, надавав поверхові відповіді на запитання членів комісії.

На оцінку *«незадовільно»* (0-59 балів) заслуговує студент, який виявив під час проходження практики низький рівень професійної компетентності, у якого відсутня здатність виконувати професійні функції та види робіт, передбачені програмою практики, навіть із допомогою керівників практики. Здобувач освіти систематично порушував графік проходження практики. Щоденник практики належним чином не заповнений, оформлений неякісно. У звіті представлено не всі розділи, подано інформацію, що не відповідає дійсності. Загалом звіт оформлений недбало. У характеристиці з бази практики міститься негативна оцінка щодо ставлення здобувача освіти до практики та трудової дисципліни. На запитання членів комісії під час захисту звіту студент не зміг надати правильних відповідей, відповідав не по суті.

Шкала оцінювання виробничої практики: національна та ECTS

Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за бальною шкалою	Оцінка за національною шкалою	
A	90-100	«5»	«Відмінно»
B	85-89	«4»	«Добре»
C	75-84		
D	70-74	«3»	«Задовільно»
E	60-69		
FX	35-59	«2»	«Незадовільно» з можливістю повторного захисту курсової роботи
F	1-34		«Незадовільно» з обов'язковим повторним виконанням курсової роботи

15 ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Після завершення практики здобувачі вищої освіти звітують про виконання програми практики у визначені Положенням про практичну підготовку здобувачів вищої освіти Запорізького національного університету терміни.

Здобувачі вищої освіти *у 3-денний термін* після закінчення практики надають керівникові практики від кафедри управління персоналом і маркетингу письмовий звіт про проходження практики та заповнений щоденник практики для їх перевірки та допуску до захисту.

Формою підсумкового контролю з практики є захист звіту з практики. Захист проводить комісія, що призначається завідувачем кафедри. Загальна оцінка виставляється за результатами оформлення щоденника, оформлення та захисту звіту з практики. Звіт про практику та щоденник повинні бути підписані керівником практики від бази практики та керівником практики від кафедри управління персоналом і маркетингу.

Захист звіту з практики включає коротку доповідь (8-10 хвилин) здобувача освіти та відповіді на питання членів комісії по суті звіту. При оцінюванні роботи студента до уваги також береться характеристика-відгук, надана керівником практики від бази практики, завірена підписом керівника та печаткою організації – бази практики.

Орієнтовна структура доповіді здобувача освіти-практиканта під час захисту звіту:

1. Постановку мети і завдань виробничої практики.
2. Загальна характеристику та аналіз бази виробничої практики.
3. Опис виконаних робіт, завдань і досягнутих результатів.
4. Обґрунтування висновків і пропозицій щодо подальшого використання матеріалів практики.

Проведення захисту звіту з практики в дистанційному форматі здійснюється згідно з Положенням про організацію освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання в Запорізькому національному університеті.

Оцінювання практики здійснюється відповідно до критеріїв, що визначені силабусом виробничої практики. Оцінка вноситься в заліково-екзаменаційну відомість та в залікову книжку керівником практики від кафедри.

Не пізніше 2-х тижнів після закінчення практики на економічному факультеті за участю здобувачів вищої освіти, керівників практики від кафедри і бази практики, членів комісії, завідувача кафедри управління персоналом і маркетингу проводиться підсумкова конференція з метою аналізу й узагальнення результатів практики.

Окрім того, питання про підсумки виробничої практики обговорюються на засіданні кафедр управління персоналом і маркетингу та на вченій раді економічного факультету.

Звіти здобувачів вищої освіти зберігаються на кафедрі управління персоналом і маркетингу до завершення навчання здобувачів освіти в університеті, але не менше, ніж три роки.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Борисяк О., Іванечко Н. Формування цифрового комунікативного середовища для надання енергетичних послуг на основі кліматично-нейтрального розвитку. *Бізнес Інформ.* Харків. 2021. №3. С. 44–50. URL: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-3-44-50

2. Бубенець І., Чатченко О. Маркетингова діяльність підприємств в умовах кризи. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 3. С. 323–326.

3. Васильченко М. І., Гришко В. В. Комунікативний менеджмент : навч. посіб. Полтава : ПолтНТУ, 2018. 228 с.

4. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу : навч. посіб. Київ : ДУТ, 2019. 265 с.

5. Вовк Н. С. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Львів : Видавництво «Новий світ-2000», 2021. 271 с.

6. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність : навч. посіб. Полтава : РВВ ПДАА, 2018. 230 с.

7. Іванечко Н. Р., Хрупович С.Є. Контекстна реклама: метрики і KPI. *Галицький економічний вісник.* Тернопіль : ТНТУ, 2019. Том 61. №6. С. 79–84. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/31588

8. Іванов М. М. Концепція побудови інформаційно-маркетингових систем. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки.* Запоріжжя, 2018. №1 (37), С. 124–131.

9. Іванов М. М. Розвиток маркетингових систем у сучасній цифровій економіці. Цифрова економіка : зб. мат. національної наук.-метод. конф., м. Київ, 4-5 жовтня. Київ, 2018 р. С. 141–143.

10. Іванов М. М., Череп О. Г., Малтиз В. В., Терент'єва Н. В. Маркетинг : навч. посіб. для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра освітньо-професійних програм «Маркетинг», «Облік і аудит», «Фінанси і кредит», «Економічна кібернетика», «Міжнародна економіка», «Управління персоналом і економіка праці». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 171 с.

11. Кітченко О. М., Приходько Є. Г. Використання інструментів маркетингових комунікацій з ціллю просування брендів в соціальних мережах. *Ефективна економіка.* 2020. №12.

12. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : КМ-Букс. 2020. 880 с.

13. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : КМ-Букс, 2019. 224 с.

14. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер. Київ : Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.

15. Крикавський Є. В., Дейнега І. О., Дейнега О. В., Косар Н. С. Маркетингова товарна політика : підручник. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2022. 374 с.

16. Кубецька О. М., Остапенко Т. М., Фісуненко Н. О. Сутність маркетингу та його сучасні тенденції. *Бізнес Інформ.* 2021. № 5. С. 390–396.

17. Малімон В. І. Комунікативні технології в публічному управлінні : навч.-метод. матеріали. Івано-Франківськ : ІФОЦППК, 2018. 51 с.

18. Малтиз В. В., Вовченко Д. В., Панфьоров Д. М. ДНК та піраміда бренду як складова маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. № 10 (268). С. 31–38.

19. Малтиз В.В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навч. посіб. для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. с.120

20. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

21. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

22. Маркетинг : навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин / за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с

23. Маркетинг : навч.-метод. комплекс : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент», освітні програми «Логістика», «Менеджмент міжнародного бізнесу», «Менеджмент і бізнес- адміністрування» / О. В. Зозульов, Т. О. Царьова, Ю. О. Гавриш. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 298 с.

24. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти. Р. І. Буряк [та ін.]. 2-ге вид. перероб. та допов. Київ : ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 537 с.

25. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. / за ред. проф. А. І. Яковлєва, проф. М. І. Ларки. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. 504 с.

26. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха; за заг. ред. Н. В. Попової. Харків : «Факт», 2020. 315 с.

27. Маркетинові комунікації : навч.-метод. посіб. / уклад. І. В. Король. Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. 151 с.

28. Мушка Д. В., Ерфан Є. А. Особливості реклами транснаціональних корпорацій у соціальних мережах. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2019. №4. С. 89–92.

29. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 246 с.

30. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 246 с.

31. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.

32. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. 408 с.

33. Палеха Ю. І. Палеха О. Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Київ : Ліра-К, 2020. 480 с.

34. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник. Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків : «Факт», 2020. 315 с.

35. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник / за заг. ред. Н. В. Попової. Харків : «Факт», 2020. 315 с.

36. Процишин Ю. Т., Борисова Т. М. Дослідження векторів використання інтернет-маркетингу в сфері міського громадського транспорту. *Вісник ХНУ*. 2020. №2. С. 130–135.

37. Райко Д. В., Шипуліна Ю. С. Р. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Суми : Триторія, 2022. 158 с.

38. Робота із соціальними мережами : посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ : EUAM Ukraine, 2020. 47 с.

39. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навч. посіб. Київ : КиМУ, 2022. 228 с.

40. Сучасні технології маркетингового менеджменту : монографія / Н. В. Терент'єва, В. В. Малтиз, С. М. Іванов, М. М. Іванов, В. Л. Корінєв, Н. В. Терент'єва, В. В. Малтиз, С. М. Іванов / за ред. М. М. Іванова. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 184 с.

41. Філіна О. В. Роль та види контенту при просуванні в соціальних мережах. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2020. № 1 (31). С. 75–81.

42. Череп А. В. Основи маркетингу : навч. посіб. / А. В. Череп, О. С. Богма, О. Г. Череп. Київ : Кондор-Видавництво, 2015. 226 с.

43. Череп О. Г. Маркетинг : навч. посіб. для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра за спеціальностями 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 728 с.

44. Швачич Г. Г., Толстой В. В., Петречук Л. М., Іващенко Ю. С., Гуляєва О. А., Соболенко О. В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології : навч. посіб. Дніпро : НМетАУ, 2017. 230 с.

45. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах : навч. посіб. Львів : Видавництво ННВК «АТБ», 2021. 219 с.

46. August E. Grant. Communication Technology Update and Fundamentals: 16th Edition. London : Routledge, 2021. 348 p.

47. Bu Zhong. Social Media Communication: Trends and Theories. Hoboken, New Jersey : Wiley-Blackwell, 2021. 208 p.

48. Digitization of accounting and monitoring of personnel performance indicators. Theoretical and Methodological foundations for the use of Digital technologies in Ukraine through the Implementation of eu Experience: Колективна монографія / edited by A. V. Cherep, I. M. Dashko, Yu. O. Ohrenych, V.M. Helman, O. H. Cherep. Запоріжжя : ФОП Мокшанов В. В., 2024. P.237–245.

49. Ivanov M., Maksyshko N., Ivanov, Terentieva N. Intelligent Data Analysis in HR Process Management. *Computer Modeling and Intelligent Systems CMIS-2020*. 2020. С. 754–768. URL: http://ceur-ws.org/Vol-2608/paper57.pdf (SCOPUS).

50. Jeremy Harris Lipschultz. Social Media Communication. Concepts, Practices, Data, Law and Ethics. London : Routledge, 2020. 388 p.

51. Smith P.R., Zook Z. Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies. Kogan Page, 2024. 472 p.

52. Sustainability benchmarks and progress: EU-Ukraine experience (2024): Makarenko, I., Vorontsova, A. (Eds). The Academic Research and Publishing UG (i. G.) (AR&P, Hamburg, Germany).2024. p. 263.

53. Terentieva N. Main factors of transformation of industrial structure of marketing in the second decade of the XXI century. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. №1. С. 212–216. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/

54. Terentieva N., Kulinich T. The using of modern marketing tools in the context of social responsibility of business. *Three Seas Economic Journal*. 2021. Т. current Issue Vol. 2. №3. С. 45–53. URL: http://www.baltijapublishing.lv/index.php/threeseas/article/view/1243

55. Terentieva N., Maltuz V. Prospects for the development of the digital economy in Ukraine. *Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences*. 2021. №1 (49). С. 95–100. URL: https://doi.org/10.26661/2414-0287-2021-1-49-17

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Наукова бібліотека ЗНУ. URL: https://library.znu.edu.ua
2. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: https://uam.in.ua/ukr/
3. Маркетинговий портал. URL: http://www.marketing-research.in.ua

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. ДСТУ 3008:2015. Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання. [Чинний від 2017–07–01]. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 26 с. (Інформація та документація).
2. ДСТУ 8302:2015. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. [Чинний від 2016–07–01]. Вид. офіц. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 16 с. (Інформація та документація).
3. Кодекс академічної доброчесності Запорізького національного університету : Затверджено Вченою радою Запорізького національного університету від 31.10.2018 р. протокол № 2 зі змінами. URL: https://surl.li/tgqhun (дата звернення: 30.03.2026).
4. Положення про електронний курс навчальної дисципліни в системі електронного забезпечення навчання Запорізького національного університету : Затверджено Вченою радою Запорізького національного університету від 27.06.2024 р. протокол № 14. URL: https://surl.li/mkyuai (дата звернення: 30.03.2026).
5. Положення про організацію освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання у Запорізькому національному університеті : Затверджено Вченою радою Запорізького національного університету від 25.03.2025 р. протокол № 9. URL: https://surl.li/gkljnz (дата звернення: 30.03.2026).
6. Положення про організацію освітнього процесу у Запорізького національного університету : Затверджено Вченою радою Запорізького національного університету від 29.09.2015 р. протокол № 3 із змінами та доповненнями. Дата оновлення: 23.02.2021. URL: https://surl.li/rgsraf (дата звернення: 30.03.2026).
7. Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти Запорізького національного університету : Затверджено Вченою радою Запорізького національного університету від 03.10.2024 р. протокол № 2. URL: https://surl.li/ihlzhr (дата звернення: 30.03.2026).
8. Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України : наказ Міністерства освіти і науки України від 08.04.93 № 93. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0035-93.2#Text (дата звернення: 30.03.2026).
9. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 №1556-VII зі змінами. Дата оновлення: 09.04.2025, підстава – 3791-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text (дата звернення: 30.03.2026).
10. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій : Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. №1341. Дата оновлення: 02.07.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text (дата звернення: 30.03.2026).
11. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII зі змінами. Дата оновлення: 27.03.2025, підстава – 4246-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text (дата звернення: 30.03.2026).

ДОДАТОК А

Форма щоденника практики

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

_____

(вид і назва практики)

Студента _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

_____

Факультет _____

Кафедра _____

Ступінь вищої освіти _____

Спеціальність _____

_____

Освітня програма _____

_____

Курс, група, форма здобуття освіти _____

Студент _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, організацію, установу

_____

(повна назва підприємства, організації, установи)

Печатка
підприємства, організації, установи « » _____ 20 року

_____ _____

(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи підприємства)

Вибув з підприємства, організації, установи

_____

(повна назва підприємства, організації, установи)

Печатка
підприємства, організації, установи « » _____ 20 року

_____ _____

(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи підприємства)

Індивідуальне завдання керівника практики від кафедри

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Керівник практики від кафедри

_____ _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

Основні положення практики

Студент до відбуття на практику отримує інструктаж керівника практики і:

- оформлює щоденник (посвідчення про відрядження);
- індивідуальне завдання з виробничої практики;
- направлення на практику (індивідуальне чи для групи);
- направлення на поселення в гуртожиток (у разі потреби).

Студент, що прибув на підприємство, надає керівникові від підприємства щоденник, проходить інструктаж з техніки безпеки й пожежної профілактики, ознайомлюється з робочим місцем, правилами експлуатації устаткування та уточнює план проходження практики.

Під час проходження практики студент зобов'язаний виконувати правила внутрішнього розпорядку підприємства.

Звіт про практику студент складає відповідно до календарного графіка проходження практики й додаткових вказівок керівників практики від кафедри й від підприємства.

Практика студента оцінюється за національною шкалою, 100-бальною шкалою та балом ECTS й враховується при призначенні стипендії нарівні з іншими дисциплінами навчального плану.

Правила ведення й оформлення щоденника

Щоденник – основний документ студента під час проходження практики.

Під час практики студент щодня записує в щоденник усі види робіт, що він зробив за день виконання календарного графіка проходження практики.

Не рідше, як раз на тиждень студент подає щоденник на перевірку керівнику практики від кафедри.

Після закінчення практики щоденник разом із звітом перевіряється керівниками практики, які складають відгуки й підписують його. Підпис керівника практики від підприємства скріплюється печаткою.

Оформлений щоденник разом із звітом студент здає на кафедру.
Без заповненого щоденника практика не зараховується.

Календарний графік проходження практики

№	Дата	Назва робіт	Відмітка про виконання	Примітка
1.				

Керівник практики від кафедри **Керівник практики від підприємства (організації, установи)**

(підпис) (прізвище та ініціали) (підпис) (прізвище та ініціали)

Робочі записи студента під час практики

Відгук і оцінка роботи студента з практики

(повна назва підприємства, організації, установи)

Керівник практики від підприємства, організації, установи

МП

(підпис) (прізвище та ініціали) « » 20 р.

Відгук осіб, які перевіряли проходження практики

Висновки керівника від кафедри про проходження практики

Дата захисту звіту з практики « » 20 року

Оцінка:

за національною шкалою
(словами)

кількість балів
(цифрами і словами)

за шкалою ECTS

Керівник практики від кафедри

(підпис) (прізвище та ініціали)

ДОДАТОК Б

Зразок оформлення титульного аркуша звіту з практики

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Економічний факультет

Кафедра управління персоналом і маркетингу

ЗВІТ
про проходження виробничої практики

на базі_____
(повна назва бази практики)

Виконав (ла):
студент(ка) ___ курсу, групи__ _____

спеціальності _____ _____
(код і назва спеціальності)

освітньої програми _____
(назва освітньої програми)

_____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник практики від бази практики

_____ _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник практики від кафедри

_____ _____
(підпис) (науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

Запоріжжя
2026

ДОДАТОК В

Зразок оформлення змісту звіту з практики

ЗМІСТ

ВСТУП……..…..…….…..... 3

1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «УКРАЇНА» ……...6

1.1 Загальна характеристика підприємства ТОВ «Україна»……..… 6

1.2 Організаційна структура управління та місце маркетингу……..8

1.3 Загальна характеристика маркетингової діяльності підприємства ТОВ «УКРАЇНА» ……..…….…..…10

1.3 Аналіз ринку та конкурентного середовища……12

2 ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ……..……..……..15

2.1 Аналіз візуальної ейдетики компанії (логотип, фірмовий стиль, носії)……15

2.2 Дослідження комунікаційної політики підприємства ТОВ «Україна»……20

3 ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОЛІТИКИ КОМУНІКАЦІЇ ТОВ «УКРАЇНА»…….……..…….25

3.1 Пропозиції щодо вдосконалення візуальної айдентики підприємства …..…….25

3.2 Пропозиції щодо вдосконалення комунікаційної політики підприємства ..28

ВИСНОВКИ..……..……..……..……..…….……30

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..……..……....32

ДОДАТКИ…….…....35

ДОДАТОК Г

Витяг із Закону України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII

Стаття 42. Академічна доброчесність

1. Академічна доброчесність – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.

2. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає:

– самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);

– посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

– дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;

– надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

3. Порушенням академічної доброчесності вважається:

– академічний плагіат – оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства;

– самоплагіат – оприлюднення (частково або повністю) власних раніше опублікованих наукових результатів як нових наукових результатів;

– фабрикація – вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі або наукових дослідженнях;

– фальсифікація – свідома зміна чи модифікація вже наявних даних, що стосуються освітнього процесу чи наукових досліджень;

– списування – виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання, зокрема під час оцінювання результатів навчання;

– обман – надання завідомо неправдивої інформації щодо власної освітньої (наукової, творчої) діяльності чи організації освітнього процесу; формами обману є, зокрема, академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація та списування;

– хабарництво – надання (отримання) учасником освітнього процесу чи пропозиція щодо надання (отримання) коштів, майна, послуг, пільг чи будь-яких інших благ матеріального або нематеріального характеру з метою отримання неправомірної переваги в освітньому процесі;

– необ’єктивне оцінювання – свідоме завищення або заниження оцінки результатів навчання здобувачів освіти.

ДОДАТОК Д

Приклади оформлення бібліографічного опису списку використаних джерел з урахуванням ДСТУ 8302:2015

Характеристика джерела	Приклад оформлення
Книги: Один автор	1. Бичківський О. О. Міжнародне приватне право : конспект лекцій. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 82 с. 2. Бондаренко В. Г. Український вільнокозацький рух в Україні та на еміграції (1919-1993 рр.) : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 600 с. 3. Вагіна О. М. Політична етика : навч.-метод. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 102 с. 4. Верлос Н. В. Конституційне право зарубіжних країн : курс лекцій. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 145 с. 5. Горбунова А. В. Управління економічною захищеністю підприємства: теорія і методологія : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 240 с. 6. Гурська Л. І. Релігієзнавство : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : ЦУЛ, 2016. 172 с.
Два автори	1. Аванесова Н. Е., Марченко О. В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади : монографія. Харків : Щедра садиба плюс, 2015. 196 с. 2. Батракова Т. І., Калюжна Ю. В. Банківські операції : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 130 с. 3. Білобровко Т. І., Кожуховська Л. П. Філософія науки й управління освітою : навч.-метод. посіб. Переяслав-Хмельницький, 2015. 166 с. 4. Богма О. С., Кисильова І. Ю. Фінанси : конспект лекцій. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 102 с. 5. Горошкова Л. А., Волков В. П. Виробничий менеджмент : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 131 с. 6. Гура О. І., Гура Т. Є. Психологія управління соціальною організацією : навч. посіб. 2-ге вид., доп. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 212 с.
Три автори	1. Аніловська Г. Я., Марушко Н. С., Стоколоса Т. М. Інформаційні системи і технології у фінансах : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2015. 312 с. 2. Городовенко В. В., Макаренков О. Л., Сантос М. М. О. Судові та правоохоронні органи України : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2016. 206 с. 3. Кузнєцов М. А., Фоменко К. І., Кузнецов О. І. Психічні стани студентів у процесі навчально-пізнавальної діяльності : монографія. Харків : ХНПУ, 2015. 338 с. 4. Якобчук В. П., Богоявленська Ю. В., Тищенко С. В. Історія економіки та економічної думки : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2015. 476 с.
Чотири та більше авторів	1. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України : станом на 10 жовт. 2016 р. / К. І. Бєліков та ін.; за заг. ред. О. М. Литвинова. Київ : ЦУЛ, 2016. 528 с. 2. Бікулов Д. Т, Чкан А. С., Олійник О. М., Маркова С. В. Менеджмент : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 360 с. 3. Операційне числення : навч. посіб. / С. М. Гребенюк та ін. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 88 с. 4. Основи охорони праці : підручник / О. І. Запорожець та ін. 2-ге вид.

	Київ : ЦУЛ, 2016. 264 с. 5. Клименко М. І., Панасенко Є. В., Стреляєв Ю. М., Ткаченко І. Г. Варіаційне числення та методи оптимізації : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 84 с.
Автор(и) та редактор(и)/ упорядники	1. Березенко В. В. PR як сфера наукового знання : монографія / за заг. наук. ред. В. М. Манакіна. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 362 с. 2. Бутко М. П., Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія : навч. посіб. / за ред. М. П. Бутко. Київ : ЦУЛ, 2016. 232 с. 3. Дахно І. І., Алієва-Барановська В.М. Право інтелектуальної власності : навч. посіб. / за ред. І. І. Дахна. Київ : ЦУЛ, 2015. 560 с.
Без автора	1. Криміналістика : конспект лекцій / за заг. ред. В. І. Галана; уклад. Ж. В. Удовенко. Київ : ЦУЛ, 2016. 320 с. 2. Миротворення в умовах гібридної війни в Україні : монографія / за ред. М. А. Лепського. Запоріжжя : КСК-Альянс, 2017. 172 с. 3. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / за ред.: С. О. Якубовського, Ю. О. Ніколаєва. Одеса : ОНУ, 2015. 306 с. 4. Науково-практичний коментар Бюджетного кодексу України / за заг. ред. Т. А. Латковської. Київ : ЦУЛ, 2017. 176 с. 5. Службове право: витоки, сучасність та перспективи розвитку / за ред.: Т. О. Коломоєць, В. К. Колпакова. Запоріжжя, 2017. 328 с. 6. Сучасне суспільство: філософсько-правове дослідження актуальних проблем : монографія / за ред. О. Г. Данильяна. Харків : Право, 2016. 488 с. 7. Адміністративно-правова освіта у персоналіях : довід. / за заг. ред.: Т. О. Коломоєць, В. К. Колпакова. Київ : Ін Юре, 2015. 352 с. 8. Підготовка докторів філософії (PhD) в умовах реформування вищої освіти : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 5-6 жовт. 2017 р. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 216 с. 9. Антологія української літературно-критичної думки першої половини XX століття / упоряд. В. Агеєва. Київ : Смолоскип, 2016. 904 с.
Багатотомні видання	1. Енциклопедія сучасної України / редкол.: І. М. Дзюба та ін. Київ : САМ, 2016. Т. 17. 712 с. 2. Правова система України: історія, стан та перспективи : у 5 т. / Акад. прав. наук України. Харків : Право, 2009. Т. 2 : Конституційні засади правової системи України і проблеми її вдосконалення / заг. ред. Ю. П. Битяк. 576 с.
Автореферати дисертацій	1. Бондар О. Г. Земля як об'єкт права власності за земельним законодавством України : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.06. Київ, 2005. 20 с. 2. Гнатенко Н. Г. Групи інтересів у Верховній Раді України: сутність і роль у формуванні державної політики : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Київ, 2017. 20 с. 3. Кулініч О. О. Право людини і громадянина на освіту в Україні та конституційно-правовий механізм його реалізації : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.02. Маріуполь, 2015. 20 с.
Дисертації	1. Левчук С. А. Матриці Гріна рівнянь і систем еліптичного типу для дослідження статичного деформування складених тіл : дис. ... канд. фіз.-мат. наук : 01.02.04. Запоріжжя, 2002. 150 с. 2. Вініченко О. М. Система динамічного контролю соціально-економічного розвитку промислового підприємства : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Дніпро, 2017. 424 с.

Законодавчі та нормативні документи	1. Конституція України : офіц. текст. Київ : КМ, 2013. 96 с. 2. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. *Голос України*. 2017. 27 верес. (№ 178-179). С. 10-22. 3. Повітряний кодекс України : Закон України від 19.05.2011 р. № 3393-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 48-49. Ст. 536. 4. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Дата оновлення: 28.09.2017. URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18 (дата звернення: 15.11.2022). 5. Деякі питання стипендіального забезпечення : Постанова Кабінету Міністрів України від 28.12.2016 р. № 1050. *Офіційний вісник України*. 2017. № 4. С. 530-543. 6. Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017-2020 роки : Указ Президента України від 21.02.2017 р. № 43/2017. *Урядовий кур'єр*. 2017. 23 лют. (№ 35). С. 10. 7. Про затвердження Вимог до оформлення дисертації : наказ Міністерства освіти і науки від 12.01.2017 р. № 40. *Офіційний вісник України*. 2017. № 20. С. 136-141. 8. Інструкція щодо заповнення особової картки державного службовця : затв. наказом Нац. агентства України з питань Держ. служби від 05.08.2016 р. № 156. *Баланс-бюджет*. 2016. 19 верес. (№ 38). С. 15-16.
Архівні документи	1. Лист Голови Спілки «Чорнобиль» Г. Ф. Лєпіна на ім'я Голови Ради Міністрів УРСР В. А. Масола щодо реєстрації Статуту Спілки та сторінки Статуту. 14 грудня 1989 р. *ЦДАГО України* (Центр. держ. архів громад. об'єднань України). Ф. 1. Оп. 32. Спр. 2612. Арк. 63, 64 зв., 71. 2. Наукове товариство ім. Шевченка. *Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника НАН України.* Ф. 1. Оп. 1. Спр. 78. Арк. 1-7.
Патенти	1. Люмінісцентний матеріал: пат. 25742 Україна: МПК6 C09K11/00, G01T1/28, G21H3/00. № 200701472; заявл. 12.02.07; опубл. 27.08.07, Бюл. № 13. 4 с. 2. Спосіб лікування синдрому дефіциту уваги та гіперактивності у дітей: пат. 76509 Україна. № 2004042416; заявл. 01.04.2004; опубл. 01.08.2006, Бюл. № 8 (кн. 1). 120 с.
Стандарти	1. ДСТУ 7152:2010. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. [Чинний від 2010-02-18]. Вид. офіц. Київ, 2010. 16 с. (Інформація та документація). 2. ДСТУ ISO 6107-1:2004. Якість води. Словник термінів. Частина 1 (ISO 6107-1:1996, IDT). [Чинний від 2005-04-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2006. 181 с. 3. ДСТУ 3582:2013. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила(ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). [На заміну ДСТУ3582-97; чинний від 2013-08-22]. Вид. офіц. Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. 15 с. (Інформація та документація).
Каталоги	1. Історико-правова спадщина України : кат. вист. / Харків. держ. наук. б-ка ім. В. Г. Короленка; уклад.: Л. І. Романова, О. В. Земляніщина. Харків, 1996. 64 с. 2. Пам'ятки історії та мистецтва Львівської області : кат.-довід. / авт.-упоряд.: М. Зобків та ін. ; Упр. культури Львів. облдержадмін., Львів. іст. музей. Львів : Новий час, 2003. 160 с.
Бібліографічні покажчики	1. Боротьба з корупцією: нагальна проблема сучасності : бібліогр. покажч. Вип. 2 / уклад.: О. В. Левчук, відп. за вип. Н. М. Чала ;

	Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 60 с. 2. Микола Лукаш : біобібліогр. покажч. / уклад. В. Савчин. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. 356 с. (Українська біобібліографія ; ч. 10). 3. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича в незалежній Україні : бібліогр. покажч. / уклад.: Н. М. Загородна та ін.; наук. ред. Т. В. Марусик; відп. за вип. М. Б. Зушман. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2015. 512 с. (До 140-річчя від дня заснування). 4. Лисодєд О. В. Бібліографічний довідник з кримінології (1992-2002) / ред. О. Г. Кальман. Харків : Одісей, 2003. 128 с. 5. Яценко О. М., Любовець Н. І. Українські персональні бібліографічні покажчики (1856-2013). Київ : Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського, 2015. 472 с. (Джерела української біографістики ; вип. 3).
Частина видання: книги	1. Коломоєць Т. О. Адміністративна деліктологія та адміністративна деліктність. *Адміністративне право України* : підручник / за заг. ред. Т. О. Коломоєць. Київ, 2009. С. 195-197. 2. Алексєєв В. М. Правовий статус людини та його реалізація у взаємовідносинах держави та суспільства в державному управлінні в Україні. *Теоретичні засади взаємовідносин держави та суспільства в управлінні* : монографія. Чернівці, 2012. С. 151-169.
Частина видання: матеріалів конференцій (тези, доповіді)	1. Антонович М. Жертви геноцидів першої половини ХХ століття: порівняльно-правовий аналіз. *Голодомор 1932-1933 років: втрати української нації* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 4 жовт. 2016 р. Київ, 2017. С. 133-136. 2. Анциперова І. І. Історико-правовий аспект акту про бюджет. *Дослідження проблем права в Україні очима молодих вчених* : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 24 квіт. 2014 р.). Запоріжжя, 2014. С. 134-137. 3. Микитів Г. В., Кондратенко Ю. Позатекстові елементи як засіб формування медіакультури читачів науково-популярних журналів. *Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі* : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 3-4 берез. 2016 р. Запоріжжя, 2016. С. 50-53. 4. Соколова Ю. Особливості впровадження проблемного навчання хімії в старшій профільній школі. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку медичних, фармацевтичних та природничих наук* : матеріали ІІІ регіон. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 29 листоп. 2014 р. Запоріжжя, 2014. С. 211-212.
Частина видання: довідкового видання	1. Кучеренко І. М. Право державної власності. *Великий енциклопедичний юридичний словник /* ред. Ю. С. Шемшученко. Київ, 2007. С. 673. 2. Пирожкова Ю. В. Благодійна організація. *Адміністративне право України :* словник термінів / за ред.: Т. О. Коломоєць, В. К. Колпакова. Київ, 2014. С. 54-55. 3. Сірий М. І. Судова влада. *Юридична енциклопедія*. Київ, 2003. Т. 5. С. 699.
Частина видання: продовжуваного видання	1. Коломоєць Т. О. Оцінні поняття в адміністративному законодавстві України: реалії та перспективи формулювання їх застосування. *Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки*. Запоріжжя, 2017. № 1. С. 36-46. 2. Левчук С. А., Хмельницький А. А. Дослідження статичного деформування складених циліндричних оболонок за допомогою матриць

	типу Гріна. *Вісник Запорізького національного університету. Фізико-математичні науки.* Запоріжжя, 2015. № 3. С. 153-159. 3. Левчук С. А., Рак Л. О., Хмельницький А. А. Моделювання статичного деформування складеної конструкції з двох пластин за допомогою матриць типу Гріна. *Проблеми обчислювальної механіки і міцності конструкцій*. Дніпропетровськ, 2012. Вип. 19. С. 212-218. 4. Тарасов О. В. Міжнародна правосуб'єктність людини в практиці Нюрнберзького трибуналу. *Проблеми законності*. Харків, 2011. Вип. 115. С. 200-206.
Частина видання: періодичного (журналу, газети)	1. Кулініч О. О. Право на освіту в системі конституційних прав людини і громадянина та його гарантії. *Часопис Київського університету права*. 2007. № 4. С. 88-92. 2. Коломоєць Т., Колпаков В. Сучасна парадигма адміністративного права: ґенеза і поняття. *Право України*. 2017. № 5. С. 71-79. 3. Коваль Л. Плюси і мінуси дистанційної роботи. *Урядовий кур'єр*. 2017. 1 листоп. (№ 205). С. 5. 4. Біленчук П., Обіход Т. Небезпеки ядерної злочинності: аналіз вітчизняного і міжнародного законодавства. *Юридичний вісник України*. 2017. 20-26 жовт. (№ 42). С. 14-15. 5. Bletskan D. I., Glukhov K. E., Frolova V. V. Electronic structure of 2H-SnSe2: ab initio modeling and comparison with experiment. *Semiconductor Physics Quantum Electronics & Optoelectronics*. 2016. Vol. 19, No 1. P. 98-108.
Електронні ресурси	1. Влада очима історії : фотовиставка. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/photogallery/gallery?galleryId=15725757& (дата звернення: 15.11.2022). 2. Шарая А. А. Принципи державної служби за законодавством України. *Юридичний науковий електронний журнал.* 2017. № 5. С. 115–118. URL: http://lsej.org.ua/5_2017/32.pdf 3. Ганзенко О. О. Основні напрями подолання правового нігілізму в Україні. *Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки*. Запоріжжя, 2015. № 3. С. 20–27. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivydannya/vznu/juridichni/VestUr2015v3/5.pdf. (дата звернення: 15.11.2022). 4. Яцків Я. С., Маліцький Б. А., Бублик С. Г. Трансформація наукової системи України протягом 90-х років XX століття: період переходу до ринку. *Наука та інновації*. 2016. Т. 12, № 6. С. 6-14. DOI: https://doi.org/10.15407/scin12.06.006.

Підготувала
зав. довідково-бібліографічного відділу наукової бібліотеки ЗНУ О.В. Левчук

ДОДАТОК Е

Форма характеристики

ХАРАКТЕРИСТИКА ЗДОБУВАЧА ОСВІТИ-ПРАКТИКАНТА З БАЗИ ПРАКТИКИ

Студент _____ курсу ступеня вищої освіти бакалавра_____ форми здобуття освіти проходив виробничу практику в _____

(повна назва бази практики)

з_____ по _____ .

За період проходження практики студентом були виконані _____

_____

(види робіт, у яких брав участь практикант, виявлені ним уміння і навички, ставлення до роботи)

_____

(виконання громадських доручень, уміння працювати в команді)

_____

_____

_____

У ході виконання програми практики__ _____

_____

(зауваження щодо виконання програми практики і організаторських здібностей практиканта, готовність до самостійної роботи за обраним фахом)

_____

_____

_____

За час проходження практики _____

_____

(наявність випадків порушення трудової дисципліни, правил внутрішнього розпорядку, вимог техніки безпеки та охорони праці на базі практики)

_____

_____

_____

За результатами роботи під час проходження практики, виконання програми та графіка проходження практики, індивідуального завдання, що відображено у щоденнику та звіті з практики здобувач освіти _____заслуговує оцінки _____.

МП Дата «___»_____20__р.

Керівник практики від бази практики _____ _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

Навчально-методичне видання

(*українською мовою*)

Укладачі:

Терент'єва Наталія Валеріївна

Малтиз Вікторія Віталіївна

Методичні рекомендації
до проходження виробничої практики
для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра
спеціальності «Маркетинг» освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

Рецензент *О. В. Гамова*
Відповідальний за випуск *В. В. Малтиз*
Коректор *Н. В. Терент'єва*