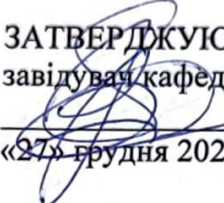


ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ

завідувач кафедри

 Володимир ПИСАРЕНКО

«27» грудня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА ПРАКТИКИ

Виробнича практика «Організаційно-аналітична практика»

освітньо-професійна програма Маркетинг

спеціальність 075 Маркетинг

галузь знань 07 Управління та адміністрування

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Полтава
2024-2025 н.р.

Розробники: Терещенко Іван, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу,
Даниленко Вікторія, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, Майборода
Олена, к.е.н., доцент кафедри маркетингу, Гуріна Аліна, директор
маркетингового агентства «AG PR»

Робоча програма практики розглянута та схвалена
на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від «27» грудня 2024 року № 14

Робоча програма практики схвалена
радою з якості вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг

Протокол від «27» грудня 2024 р. № 4

Голова ради з якості вищої освіти
спеціальності
075 Маркетинг



Вікторія ДАНИЛЕНКО

1. Опис практики

Таблиця 1

Опис виробничої практики «Організаційно-аналітична практика»

Елементи характеристики	075 Мар_бд_2024
Загальна кількість годин	270
Кількість кредитів	9
Місце в індивідуальному навчальному плані студента (обов'язкова чи вибіркова)	обов'язкова
Рік навчання, курс	3
Семестр	6
Вид підсумкового контролю	диференційований залік

2. Заплановані результати навчання

Метою виробничої практики «Організаційно-аналітична практика» є: поглиблення теоретичних знань на основі практичного навчання; формування творчого дослідницького підходу до практичної діяльності; збір необхідних матеріалів, їх опрацювання, аналіз і систематизація для написання звіту з виробничої практики.

Завдання виробничої практики «Організаційно-аналітична практика» є:

- закріплення та поглиблення знань, отриманих здобувачами вищої освіти в процесі вивчення циклу теоретичних дисциплін професійної підготовки;
- набуття практичних навичок і вмінь зі спеціальності;
- набуття вмінь збирати та опрацьовувати фактичний матеріал для виконання практичних та наукових творчих робіт.

Результати проходження виробничої практики «Організаційно-аналітична практика»:

компетентості:

загальні:

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 16. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

фахові:

ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової

діяльності.

ФК 15. Здатність застосовувати знання та розуміння проблем предметної області з основ економіки, фінансів та оцінювання результатів підприємницької діяльності в аграрній сфері (чи організацій аграрної сфери).

ФК 16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

ФК 17. Здатність використовувати теоретичні положення діджитал-маркетингу, проваджувати маркетингову діяльність у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргетованої реклами.

програмні результати навчання:

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 19. Знати основи економіки та фінансів, вміти оцінювати результати підприємницької діяльності.

ПРН 20. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності.

ПРН 21. Знати теоретичні основи діджитал-маркетингу, володіти практичними навичками із провадження маркетингової діяльності у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргетованої реклами.

Методи навчання: використання наукових методів дослідження під час проходження практик на підприємствах, що передбачено програмою ОП:

- спостереження (систематичне та цілеспрямоване сприйняття та реєстрація фактів, явищ або процесів, що відбуваються на підприємстві);
- опитування (збір інформації за допомогою анкет або інтерв'ю з працівниками);
- експеримент (створення штучних умов для дослідження впливу певних факторів на діяльність підприємства);

- аналіз документів (вивчення та аналіз різноманітних документів, таких як звіти, плани, накази тощо, для отримання необхідної інформації);
- статистичний аналіз (використання статистичних методів для обробки та аналізу даних, отриманих в результаті дослідження);
- моделювання (створення математичних або імітаційних моделей для дослідження складних систем та процесів);
- PEST-аналіз;
- SWOT-аналіз діяльності підприємства.

3. Програма практики

Тема 1. Загальна характеристика підприємства

Характеристика наявних ресурсів досліджуваного підприємства за останні три роки. Забезпеченість земельними, трудовими ресурсами. Ефективність використання основних та оборотних фондів. Спеціалізація та виробничий напрямок підприємства та його фінансовий стан.

Тема 2. Економічна діяльність підприємства

Аналіз стану матеріально-технічної бази підприємства. Динаміка забезпеченості підприємства енергетичними ресурсами та ефективності їх використання. Використання методів прогнозування на підприємстві. Визначення прогнозованих показників діяльності підприємства на наступний рік (складання прогнозів обсягу збуту, цін, показників фінансово-господарської діяльності тощо). Проведення аналізу фінансово-економічних показників діяльності підприємства.

Тема 3. Організація виробництва у підприємстві

Обґрунтувати місію, цілі і задачі підприємства. Основні елементи природно-кліматичних умов в підприємстві. Склад і структуру валової та товарної продукції. Визначити виробничий напрямок підприємства.

Визначення та аналіз складу і структури посівних площ товарних культур підприємства. Основні культури, їх площі та урожайність, динаміка змін за останні три роки. Аналіз ефективності виробництва галузі рослинництва.

Динаміка основних груп поголів'я худоби та птиці яка в господарстві. Структури кормових раціонів. Аналіз ефективності виробництва галузі тваринництва.

Тема 4. Стратегічне управління підприємством

Аналіз місії підприємства. Зовнішнє середовище підприємства. Застосування методу SWOT-аналізу або PEST-аналізу.

Аналіз стратегічного контексту підприємства (ринкова ніша, тенденції зміни прибутку, ефективність інвестицій, імідж підприємства серед конкурентів, лідерство у технологіях, рівень розвитку сервісу).

Стратегічний потенціал підприємства то його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства та його продукції.

Тема 5. Маркетингова діяльність підприємства

Аналіз маркетингової діяльності підприємства; аналіз організаційної структуру управління підрозділом, який здійснює маркетингову діяльність; визначити основні маркетингові функції. Організація та порядок планування

маркетингових досліджень.

Товарна політика підприємства, управління асортиментом, життєвий цикл товару. Цінова політика підприємства. Збутова політика підприємства. Аналіз комунікаційної політики підприємства.

Здійснення планування та контролю маркетингової діяльності на підприємстві

4. Структура (тематичний план) практики

Таблиця 4.1

Структура (тематичний план) виробничої практики «Організаційно-аналітична практика»

Назви теми	Кількість годин
Тема 1. Загальна характеристика підприємства	50
Тема 2. Економічна діяльність підприємства	50
Тема 3. Організація виробництва у підприємстві	50
Тема 4. Стратегічне управління підприємством	50
Тема 5. Маркетингова діяльність підприємства	50
Індивідуальне завдання	20
Разом	270

5. Індивідуальні завдання з практики

Під час проходження практики здобувач вищої освіти повинен виконати індивідуальне завдання. Індивідуальне завдання розробляється керівником практики від кафедри і видається кожному здобувачу вищої освіти. Зміст індивідуального завдання повинен ураховувати конкретні умови та можливості підприємства (організації, установи) відповідати потребам виробництва і одночасно відповідати цілям і завданням навчального процесу.

Орієнтовний перелік завдань (не є вичерпним):

1. Проаналізувати номенклатуру та асортимент продукції підприємства.
2. Проаналізувати рівень цін на продукцію.
3. Дослідити канали реалізації продукції підприємства.
4. Визначити посередників, послугами яких користується підприємство, специфіку роботи з ними; здійснити оцінку ефективності каналів збуту за останній рік; запропонувати нові більш ефективні канали збуту на наступний рік.
5. Вивчити можливі канали реалізації сільськогосподарської продукції.
6. Скласти план проведення рекламних заходів, план стимулювання збуту та план пропаганди для підприємства.

7. Розрахувати потенціал та місткість ринку; частку ринку, яку займає дане підприємство та основні її конкуренти;
8. Визначити рівень конкурентоспроможності підприємства порівняно з двома його основними конкурентами та побудувати карту позиціонування.
9. Оцінити ефективність маркетингового планування.
10. Вибір та обґрунтування маркетингової стратегії підприємства
11. Підходи до удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю підприємства
12. Оцінка впливу конкурентного середовища на стратегічний розвиток підприємства
13. Визначити основні методи прогнозування попиту споживачів і розглянути можливості застосування інших методів на підприємстві, що є базою практики.
14. Визначити фактори, які впливають на прогноз збуту та економічні показники, які використовуються в прогнозуванні збуту на підприємстві.
15. Проаналізувати структуру системи маркетингових досліджень на підприємстві.
16. Стратегічні рішення підприємства з управління якістю продукції
17. Стратегічні напрями удосконалення комерційної діяльності підприємства
18. Діагностика та напрями поліпшення маркетингової діяльності підприємства
19. Проаналізувати динаміку показників виробничо-комерційної діяльності та ефективність функціонування підприємства.
20. Проаналізувати основні елементи маркетингової діяльності підприємства
21. Проаналізувати збутову діяльність підприємства.

6. Вимоги до баз практики

Виробнича практика «Організаційно-аналітична практика» студентів Полтавського державного аграрного університету (далі – Університет) проводиться на базах практики, які забезпечують виконання програм практики студентів освітньо-професійної програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг.

Базами практики можуть бути суб'єкти господарювання, незалежно від їх організаційно-правової форми та форми власності, фізичні особи, які проводять незалежну професійну діяльність, органи державної влади і місцевого самоврядування, громадські формування, об'єкти структурних підрозділів Університету, а також бази за межами України за умови забезпечення ними виконання у повному обсязі програм практики.

Підприємства (установи, організації тощо), що залучаються для проведення виробничої практики студентів, повинні відповідати наступним вимогам:

- наявність структурних підрозділів, напрям діяльності яких відповідає спеціальностям, за якими здійснюється підготовка студентів в Університеті;
- здатність забезпечити виконання програми практики;

- забезпечення кваліфікованого керівництва практикою студентів;
- забезпечення належних умов для проходження практики на виробництві з дотриманням правил і норм безпеки праці, виробничої санітарії відповідно до законодавства;
- надання студентам на час проходження практики можливості працювати на штатних посадах, робота на яких відповідає програмам практики (за згодою керівника підприємства (установи, організації тощо) та за наявності відповідних вакансій);
- надання студентам права користуватися документацією, необхідною для виконання програми практики, з урахуванням політики конфіденційності підприємства (установи, організації тощо);
- можливість наступного працевлаштування випускників Університету (на загальних підставах, за наявності вакансій).

Здобувач вищої освіти для проходження ним виробничої практики «Організаційно-аналітична практика» може пропонувати підприємство (установу, організацію, тощо). Кафедра розглядає та погоджує проведення на ньому практики за умови відповідності встановленим вимогам.

Після підписання наказу ректора Університету про проведення практики здобувач вищої освіти не має права самостійно змінювати базу практики. У разі зміни бази практики або неявки без поважних причин, здобувач вищої освіти може бути відрахований з Університету як такий, що не виконав навчальний план.

Зміна бази практики можлива лише за наявності поважних причин, зокрема у разі реорганізації (злиття, приєднання, поділу, перетворення) або ліквідації підприємства (установи, організації) тощо.

Для проведення практик здобувачів вищої освіти випускова кафедра, з урахуванням укладених договорів, спільно з керівником виробничої практики навчального відділу формує перелік баз практик, які можуть забезпечити виконання програм практик. Кожен рік, до початку практики, перелік баз практик уточнюється.

7. Організація проведення практики

Організаційними заходами, що забезпечують підготовку та порядок проведення виробничої практики «Організаційно-аналітична практика» студентів освітньо-професійної програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг, є:

- розробка наскрізної і робочих програм практик;
- визначення баз практики;
- укладання договорів про проведення практики студентів між Університетом та підприємствами (установами, організаціями тощо);
- розподіл студентів за базами практики;
- підготовка для баз практики інформації про обсяги, зміст, період проведення практики студентів, потреби в обладнанні та матеріалах тощо;
- призначення керівників практики;
- складання індивідуальних завдань на практику;
- проведення настановчих зборів студентам;
- підготовка звітної документації за результатами проведення практики;

– інші заходи.

Відповідальність за організацію та проведення практики покладається на ректора Університету. Загальну організацію практики та контроль за її проведенням від Університету здійснює керівник виробничої практики навчального відділу, на ННІ – директор інституту, на кафедрі – завідувач кафедри.

Функції організаторів, керівників та учасників практики визначаються Положенням про проведення практики студентів Полтавського державного аграрного Університету.

Заходи, пов'язані з організацією практики студентів, визначаються наказом ректора Університету про проведення практики студентів.

Виробнича практика «Організаційно-аналітична практика» студентів проводиться у виробничих умовах в період, що забезпечує можливість виконання студентами всіх видів робіт згідно програми практики.

На початку практики керівник підприємства (установи, організації тощо) призначає керівника від бази практики, а також забезпечує проведення студентам-практикантам інструктажів з охорони праці, ознайомлення з правилами внутрішнього трудового розпорядку бази практики, порядком отримання документації та матеріалів. Керівником практики від бази практики повинен бути фахівець, який працює на постійній основі. Кількість студентів-практикантів, яка закріплюється за ним, не перевищує десяти осіб.

На студентів-практикантів, які проходять практику на підприємстві (установі, організації тощо), розповсюджується законодавство України про працю та правила внутрішнього трудового розпорядку підприємства (установи, організації тощо). За наявності вакантних місць та за відповідності змісту роботи програмі практики, вони можуть бути зараховані на штатну посаду.

Керівник виробничої практики «Організаційно-аналітичної практики» від кафедри:

- розробляє методичне забезпечення практики студентів;
- забезпечує якість проходження практики студентів згідно з її програмою;
- розробляє та видає індивідуальні завдання студентам;
- контролює своєчасне прибуття студентів до баз практики;
- здійснює контроль за виконанням програми практики та термінами її проходження;
- проводить консультації щодо опрацювання та узагальнення зібраного матеріалу;
- перевіряє щоденники (додаток А), звіти з практики (додаток Б) та оцінює результати її проходження студентами;
- подає на кафедру звіт керівника виробничої практики;
- здійснює виконання інших функцій, визначених законодавством та внутрішніми нормативно-правовими актами Університету.

Керівник практики від бази практики:

- здійснює безпосереднє керівництво практикою студентів-практикантів згідно з програмою практики;
- знайомить студентів-практикантів із правилами внутрішнього розпорядку

та контролює їх дотримання;

- повідомляє керівнику практики від кафедри про порушення студентом-практикантом трудової дисципліни та внутрішнього розпорядку;
- контролює ведення щоденника, підготовку звіту студентом-практикантом;
- після закінчення практики складає відгук-характеристику на кожного студента-практиканта, де дає оцінку проходження практики.

Студенти, які проходять виробничу практику «Організаційно-аналітична практика», зобов'язані:

- з'явитися на настановчі збори з питань проходження практики та звітування за її результатами;
- пройти цільовий інструктаж з охорони праці;
- отримати документи для проходження практики;
- ознайомитися з програмою практики;
- отримати індивідуальні завдання у керівника практики від кафедри;
- своєчасно прибути на базу практики;
- дотримуватися правил охорони праці на підприємстві (в установі, організації тощо);
- виконувати завдання, передбачені програмою практики;
- підготувати звітну документацію з практики;
- своєчасно подати звіт з практики та захистити його перед комісією.

8. Вимоги до звітної документації з практики

Після закінчення періоду практики студенти звітують про виконання програми практики. До звітної документації відносяться щоденник практики, звіт з практики.

У щоденнику практики студент у хронологічному порядку відображає зміст виконуваної ним роботи під час практики з коротким її аналізом. Щоденник практики обов'язково підписується керівниками практики.

Звіт має містити відомості про виконання здобувачем вищої освіти усіх розділів програми практики, мати висновки і пропозиції щодо формулювання конкретної наукової проблеми, окреслення шляхів удосконалення та підвищення маркетингової діяльності підприємства (установи, організації) або відповідного структурного підрозділу, який був базою проходження практики тощо.

За кожною з тем програми практики повинні наводитися аналітичні викладки. Всі основні результати, отримані практикантом мають бути підтверджені розрахунками та зведені у таблиці. У кожній таблиці повинна бути проілюстрована динаміка. Для обґрунтування висновків обов'язковим є застосування статистичних та економіко-математичних методів дослідження. Дані кожної таблиці мають бути проаналізовані в тексті з відповідними висновками.

Обсяг основної частини тексту звіту складає 20 – 25 сторінок.

Матеріал звіту слід подати у такій послідовності:

- титульна сторінка;
- зміст;
- перелік умовних позначень (у разі потреби);
- вступ;

- основна частина;
- список використаних джерел;
- додатки.

Мова звіту – державна, стиль – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок, послідовність – логічна. Пряме переписування у звіті матеріалів із літературних джерел є неприпустимим.

Звіт має бути написаний розбірливим почерком або надрукованим на одному боці аркушів стандартного білого паперу формату А4 (210х297 мм), які повинні бути зшиті і пронумеровані.

Друга сторінка тексту – «ЗМІСТ». Далі йде «ВСТУП», цією сторінкою відкривається нумерація звіту. Сторінки нумеруються в верхній правій частині аркуша, верхнє поле якого складає 20 мм, нижнє – 20 мм, ліве – 30 мм, праве – 10 – 15 мм.

До комп'ютерного набору тексту звіту повинні бути витримані наступні вимоги: шрифт – Times New Roman (звичайний), розмір шрифту – 14, інтервал 1,5 (полуторний), щільність тексту – всюди повинна бути однаковою.

Вписувати в текст звіту окремі іншомовні слова, формули, умовні знаки можна чорнилом, тушшю, пастою тільки кольору основного тексту звіту, при цьому щільність вписаного тексту повинна бути наближеною до щільності основного тексту.

Друкарські помилки, описки, графічні неточності, які виявилися під час написання звіту, можна виправляти підчищенням або зафарбуванням коректором та нанесенням на тому ж місці або між рядками виправленого тексту. Допускається наявність не більше двох виправлень на одній сторінці.

Відстань між заголовком та текстом повинна дорівнювати 1 – 2 інтервали.

Кожну структурну частину звіту (розділ) треба починати з нової сторінки. До загального обсягу звіту, не входять додатки, список використаних джерел, таблиці та рисунки, які повністю займають площу сторінки. Але всі сторінки зазначених елементів звіту підлягають суцільній нумерації.

Нумерація. Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, рисунків (малюнків), таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №.

Таблиці. Цифровий матеріал, як правило, повинен оформлятися у вигляді таблиць.

Кожна таблиця повинна мати номер і назву, яку розміщують над таблицею та друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву наводять жирним шрифтом.

Загальні правила цитування та посилання на використані джерела. При написанні звіту здобувач вищої освіти повинен посилатися на джерела, матеріали або окремі результати з яких наводяться в звіті, або на ідеях і висновках яких розроблюються проблеми, завдання, питання, вивченню яких присвячено звіт. Такі посилання дають змогу відшукати документи, перевірити достовірність відомостей про цитування документа, забезпечують необхідну інформацію про нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Посилатися слід на останні

видання публікацій. На більш ранні видання можна посилатися лише в тих випадках, коли наявний у них матеріал, не включений до останнього видання.

До звіту з виробничої практики додається список використаних джерел, додатки у вигляді статистичного та фактичного матеріалу.

Під час складання списку використаних джерел необхідно дотримуватися національного стандарту ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документи. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». Він прийнятий для уніфікації складання бібліографічного опису на міжнародному рівні, забезпечення можливості обміну результатами каталогізації.

Додатки. Додатки оформлюють як продовження звіту на наступних його сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті звіту.

Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток __» і велика літера, що позначає додаток.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Ґ, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад: Додаток А, Додаток Б. Один додаток позначається як додаток А.

9. Підведення підсумків практики і оцінювання її результатів

Підведення підсумків практики проводиться після її завершення за результатами виконання програми практики.

За підсумками практики проводиться семестровий контроль у формі диференційованого заліку, який виставляється протягом перших двох теоретичних тижнів чи екзаменаційної сесії після закінчення практики головою комісії із захисту звітів з практики.

Керівником практики від кафедри нарахування балів здійснюється на підставі:

- оцінки результатів проходження практики студентом, наданої у відгуку-характеристиці керівника практики від бази практики;
- оцінки змістовності наповнення щоденника та звіту з практики та якості оформлення;
- оцінки виконання інших матеріалів, передбачених робочою програмою практики.

Голова комісії підсумовує бали, нараховані керівником практики від кафедри та комісією із захисту звітів з практики.

Комісія із захисту звітів з практики нараховує бали за підсумками презентації студентом результатів проходження практики та відповідей на запитання членів комісії (табл. 9.1).

Таблиця 9.1

Розподіл балів за підсумками практики «Організаційно-аналітичної практики»

Параметри оцінки	Результат оцінювання
Оцінки результатів проходження практики студентом, наданої у відгуку-характеристиці керівника практики від бази практики	1-10
Оцінки змістовності наповнення щоденника і звіту з практики (виконання програми практики) та оформлення результатів	1-45
Оцінки захисту звітів з практики та відповідей на питання комісії	1-45
Підсумкова оцінка: кількість балів за 100-бальною шкалою 4-бальною шкалою шкала ЄКТС	

Шкала та критерії оцінювання результатів проходження практики студентом:

Кількість балів	Критерії оцінювання
Оцінки результатів проходження практики студентом, наданої у відгуку-характеристиці керівника практики від бази практики	
9-10	відгук-характеристика від підприємства позитивна, містить схвальні відгуки щодо проходження студентом практики
7-8	відгук-характеристика має незначні зауваження щодо проходження студентом практики
5-6	відгук-характеристика має значну кількість зауважень щодо проходження студентом практики
1-4	відгук-характеристика негативна, містить значну кількість зауважень щодо проходження студентом практики
Оцінки якості оформлення і змістовності наповнення щоденника та звіту з практики	
42-45	програму практики та індивідуальне завдання виконано в повному обсязі, на високому рівні, звіт і щоденник оформлено згідно вимог, можуть містити незначні стилістичні помилки
39-41	програму практики та індивідуальне завдання виконано в повному обсязі, звіт та щоденник оформлені з незначними порушеннями вимог, наявні незначні граматичні та стилістичні помилки
35-38	поставлені завдання практики та індивідуальне завдання виконано не в повній мірі, звіт має помилки та зауваження, не відповідає вимогам, щоденник заповнений не повністю
1-34	наявність суттєвих недоліків або ж повної невідповідності програми практики, звіт не відповідає вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту
Оцінки захисту звітів з практики та відповідей на питання комісії	
38-45	студент демонструє глибокі знання, вільно володіє

	матеріалами виконаних завдань практики, дає правильні, обґрунтовані, осмислені відповіді на поставлені питання, що свідчить про критичне осмислення проблем, обґрунтовано формулює висновки, вільно володіє науковими термінами, має високу комунікативну культуру
29-37	студент володіє матеріалами виконаних завдань практики, має високу комунікативну культуру, але відповіді на поставлені питання мають окремі помилки та неточності, недостатньо обґрунтовані та осмислені
20-28	студент не володіє матеріалами виконаних завдань практики, відповіді на запитання комісії відсутні або містять грубі змістовні помилки
1-19	студент не володіє матеріалами виконаних завдань практики, не виявляє самостійності суджень, відповіді на запитання комісії відсутні, здобувач демонструє недоліки комунікативної культури

Підсумкова оцінка практичної підготовки студентів освітньо-професійної програми Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування ступеня вищої освіти Бакалавр за 100- бальною, 4-х бальною шкалою і шкалою ЄКТС зображена в табл. 9.2.

Таблиця 9.2

Шкала оцінювання

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за 4-бальною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним проходженням практики

Діапазон оцінки в балах виконання програми виробничої практики доводиться до відома здобувачів вищої освіти під час настановчого інструктажу перед початком практики.

Результат диференційованого заліку за практику вноситься в заліково-екзаменаційну відомість і в залікову книжку здобувача вищої освіти і враховується стипендіальною комісією при визначенні розміру стипендії разом з його оцінками за результатами підсумкового контролю.

Підсумки кожної практики обговорюють на засіданнях кафедр, підсумкових конференціях здобувачів вищої освіти з практики, а загальні підсумки – на вченій раді університету не менше одного разу протягом навчального року.

10. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Багорка М.О., Писаренко В.В., Кадирус І.Г., Юрченко Н. І. Антикризовий маркетинг : навч. посіб. Дніпро : Журфонд, 2022. 344 с.
2. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства: підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
3. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
5. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.
6. Окландер М., Кірносорова М. Маркетингова товарна політика : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 248 с.
7. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
8. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. Дніпро : Пороги, 2020. 239

Допоміжні

1. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Т. М. Квятко та ін. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.
2. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ : Видво Людмила, 2021. 323 с.
3. Марченко С.М., Захарченко П.В. Промисловий маркетинг у будівництві : навч. посіб. Київ : КНУБА, 2023. 240 с.
4. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. / [І. Г. Черданцева, І. А. Нємцева, О. В. Кифяк та ін. ; за ред. І. М. Буднікевич]. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 535 с.
5. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / [Н. В. Карпенко, М. В. Макарова, Н. С. Педченко та ін.] ; за заг. ред. Н. В. Карпенко. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 251 с.
6. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : Волиньполіграф. 2022. 408 с.

Інформаційні ресурси Інтернет

1. Маркетинговий портал. URL: <http://www.marketing-research.in.ua>.
2. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>.
3. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: www.me.gov.ua.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua.
5. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

(вид і назва практики)

Студент _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет (навчально-науковий інститут) _____

(назва факультету/ІНІ)

Освітньо-професійна програма _____

(назва освітньо-професійної програми)

Спеціальність _____

(код та найменування спеціальності)

Рівень вищої освіти _____

(бакалавр)

_____ курс, _____ група

Форма навчання _____

(денна/ заочна)

Керівник практики від кафедри _____

(назва кафедри)

(посада, прізвище, ім'я, по батькові керівника практики)

Керівник практики від підприємства (організації, установи, тощо) _____

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

Студент _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Прибув на підприємство (в організацію, установу тощо)

« ____ » _____ 20 ____ року

Наказом (розпорядженням) по підприємству (організації, установі тощо) від

« ____ » _____ 20 ____ року № ____ студент зарахований на посаду _____

(назва посади)

(підпис) _____ (посада, прізвище та ініціали керівника підприємства, організації, установи тощо)

М.П.

Вибув з підприємства (організації, установи, тощо)

« ____ » _____ 20 ____ року

(підпис) _____ (посада, прізвище та ініціали керівника підприємства, організації, установи тощо)

М.П.

Календарний графік проходження практики

№ з/п	Назви робіт	Тижні проходження практики						Відмітки про виконання
		1	2	3	4	5	6	
1	2	3	4	5	6	7	8	9

Керівники практики:

від кафедри

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

від підприємства (організації, установи тощо)

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

М.П.

«___» _____ 20__ р.

Загальні відомості про базу практики

_____ (назва підприємства, організації, установи тощо)

П.І.П. керівника _____

Форма

власності _____

Район _____

Область _____

Місто _____

Адреса _____

Телефон/факс _____

Характеристика бази практики

Робочі записи під час практики

ВІДГУК-ХАРАКТЕРИСТИКА керівника практики від бази практики

(назва підприємства, організації, установи тощо)

Керівник практики від підприємства (організації, установи тощо)

(підпис)

(ініціали та прізвище)

М.П.

«_____» _____ 20__ року

Висновок керівника практики від кафедри

Кількість балів _____
(цифрами)

Керівник практики від кафедри

(підпис)

(ініціали та прізвище)

Висновок комісії із захисту звітів з практики

Кількість балів _____
(цифрами)

Дата захисту звіту з практики «____» _____ 20__ року

Оцінка:

за 4-бальною шкалою _____
(словами)

за 100-бальною шкалою, оцінка ЄКТС _____
(цифрами і літерою)

Голова комісії із захисту звітів з практики

(підпис)

(ініціали та прізвище)

Додаток Б

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних
технологій

Кафедра маркетингу

ЗВІТ

з виробничої практики
«Організаційно-аналітична практика»

студента освітньо-професійної програми Маркетинг
спеціальності 075 Маркетинг
3 курсу 1 групи першого (бакалаврського) рівня
денної форми навчання

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

База практики:

(назва підприємства, установи, організації тощо)

(район, область)

Керівник практики від бази практики:

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник практики від кафедри:

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

Захист звіту відбувся _____
(дата)

Оцінка: за 4-бальною шкалою _____

за 100-бальною шкалою, оцінка ЄКТС _____

Члени комісії: _____
(посади, прізвища та ініціали)

Полтава 20____