



**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ АКАДЕМІКА ЮРІЯ БУГАЯ»**

Кафедра менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної роботи
С. Коваленко
Сергій КОВАЛЕНКО
«20» 2025 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА
ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Рівень вищої освіти
Галузь знань

**Перший (бакалаврський)
07 Управління та
адміністрування**

Спеціальність
Освітня програма

**075 Маркетинг
Діджитал маркетинг**

Кількість кредитів ЄКТС

6

Мова навчання

Українська

Робоча програма виробничої практики для здобувачів вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Діджитал маркетинг»

Розробники:

Тульчинський Ростислав Володимирович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування,

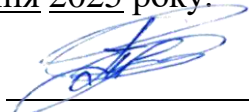
Карпенко Оксана Олександрівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування,

Березовський Данило Олегович, кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування

Протокол №1 від 29 серпня 2025 року.

Завідувач кафедри



1. ВСТУП

Складовою частиною практичної підготовки здобувачів вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» є виробнича практика.

Виробнича практика здобувачів вищої освіти – є важливою складовою освітньої підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Діджитал маркетинг». Вона є обов'язковою ланкою підготовки сучасних та висококваліфікованих фахівців до майбутньої роботи за фахом, забезпечення конкурентоспроможності та можливості працевлаштування на вітчизняному та зарубіжному ринках праці.

Основним навчально-методичним документом, що визначає проведення практики й регламентує навчальну діяльність здобувачів вищої освіти та роботу викладача, є робоча програма виробничої практики. Робоча програма виробничої практики розроблена відповідно до положень ЗВО «МНТУ».

Тривалість практики - 6 кредитів ЄКТС (4 тижні). Період проведення практики - 8 семестр.

2. ОПИС ПРАКТИКИ

2.1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Мета виробничої практики з маркетингу - закріплення теоретичних знань та розвиток вмінь їх використання для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі, формування у здобувачів вищої освіти умінь та навичок практичної діяльності в сфері маркетингу.

Основні завдання виробничої практики:

- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- дати загальну характеристику та визначити організаційну структуру бази практики;
- ознайомитись із маркетинговою діяльністю бази практики;
- закріплення та поглиблення навичок письмової та усної професійної

комунікації, а також належного використання професійної термінології;

- удосконалення вмінь збирати й аналізувати маркетингову інформацію, проводити маркетингові дослідження, розробляти маркетингові стратегії та аналізувати їх ефективність.

2.2. ОЧІКУВАННІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Проходження виробничої практики робить внесок у формування у здобувачів вищої освіти таких компетентностей та досягнення таких результатів навчання, визначених освітньо-професійною програмою:

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Фахові компетентності:

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти

маркетингу.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації

державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

3. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАКТИКИ

Практика здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Діджитал маркетинг» організовується відповідно до навчального плану, графіка освітнього процесу та цієї робочої програми. Організація та керівництво практикою з боку університету здійснюється викладачами кафедри менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування, з боку підприємства – призначеними керівниками практики від підприємства.

Здобувачі освіти можуть обирати базу практики із запропонованого університетом переліку, або запропонувати свою базу практики.

Здобувачі вищої освіти, які поєднують роботу та навчання в університеті, але не мають досвіду роботи за обраною спеціальністю, можуть проходити практику на підприємствах (установах, організаціях), де вони працюють, у визначені графіком освітнього процесу терміни за умови, якщо підприємства можуть забезпечити виконання робочої програми практики.

Здобувачам вищої освіти, які мають досвід практичної роботи за обраною спеціальністю, надається можливість визнання набутих ними у процесі роботи за спеціальністю компетентностей у якості результатів практики відповідно до [Положення про організацію та проведення практики здобувачів вищої освіти Закладу вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університету імені академіка Юрія Бугая».](#)

Обов'язки керівників практики та практикантів

Керівник практики від університету:

– забезпечує проведення усіх організаційних заходів до виходу здобувачів вищої освіти на практику;

- перед початком практики проводить обов'язковий інструктаж з питань програми практики, охорони праці, правил пожежної безпеки та особистої гігієни.

- перед початком практики організовує проведення інструктажів з питань програми практики, охорони праці, правил пожежної безпеки та особистої гігієни;

- забезпечує проходження практики відповідно до робочої програми практики;

- надає практикантам необхідні документи: робочу програму практики, щоденник практики (форма наведена у Додатку А, у разі проходження практики на кафедрі менеджменту маркетингу та публічного адміністрування пункти 1,2,5 не заповнюються);

- повідомляє здобувачів вищої освіти про систему звітності з практики;

- консулює щодо виконання індивідуального завдання з практики;

- у складі комісії приймає захист звіту з практики;

Керівник практики від підприємства:

- організує та проводить практику з закріпленими за ним здобувачами вищої освіти у відповідності з робочою програмою та календарним графіком проходження практики;

- проводить обов'язкові інструктажі з охорони праці та техніки безпеки (вступний і на робочому місці);

- сприяє отриманню здобувачем інформації та даних щодо діяльності підприємства, необхідних для виконання робочої програми практики та індивідуальних завдань;

- здійснює постійний контроль за дотриманням практикантами виконавчої дисципліни;

- після завершення практики надає характеристику на здобувача освіти під час проходження практики та оцінює його роботу за встановленими критеріями.

Студенти-практиканти зобов'язані:

- до початку практики одержати від керівника практики програму практики, індивідуальні завдання, консультації щодо оформлення усіх необхідних документів;
- своєчасно прибути на базу практики;
- у повному обсязі виконувати усі завдання, передбачені програмою практики та індивідуальними завданнями;
- дотримуватись правил внутрішнього трудового розпорядку, охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії;
- відповідально виконувати усі доручення;
- своєчасно підготувати і здати матеріали проходження практики.

У випадку невиконання вимог практики, здобувач-практикант може бути усунений від практики. Рішення про продовження строків практики або її повторне проходження, за умов повного відшкодування витрат на організацію та проведення практики у відповідності до діючих норм Університету та Базы практики, приймає завідувач кафедри. Можливість повторного проходження практики надається у вільний від навчання час. Порядок та терміни проходження практики, у цих випадках, визначаються окремим наказом.

4. КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Відповідно до навчального плану та графіку освітнього процесу тривалість виробничої практики за освітньою програмою «Діджитал маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти становить чотири тижні. Календарний план виконання завдань практики за тижнями можна умовно сформулювати у представленому далі вигляді.

Календарний план проходження виробничої практики

№ з/п	Назва завдання	Тижні практики
1	Ознайомлення із базою практики, проходження інструктажу із техніки безпеки, погодження із керівником практики від підприємства календарного графіку.	1
2	Збір та аналіз інформації щодо галузі, у якій функціонує підприємство	1
3	Загальна характеристика та організаційна структура підприємства	2
4	Ознайомлення із організацією маркетингової діяльності підприємства	2
6	Проведення маркетингового дослідження	3
7	Аналіз впливу маркетингового середовища на діяльність підприємства	3
8	Робота над індивідуальним завданням (розробка окремих маркетингових стратегій та оцінка їх ефективності)	3-4
9	Оформлення звіту	4
10	Захист звіту з практики	4

5. СТРУКТУРА І ЗМІСТ ПРАКТИКИ

Виробнича практика забезпечує безперервність та послідовність одержання необхідного обсягу теоретичних знань та практичних навичок, які відповідають освітньому ступеню бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг».

Зміст і завдання практики визначаються робочою програмою практики.

У період виробничої практики здобувачі вищої освіти ведуть робочі записи в щоденнику практики (сторінка 3 Додатку А).

Робота здобувачів вищої освіти в процесі проходження виробничої практики полягає в наступному:

- аналіз інформаційних ресурсів, спеціальної літератури і періодичних видань галузевого та професійного профілю;
- робота з Інтернет-джерелами;
- складання характеристики – презентації підприємства, обраного в якості вивчення досвіту роботи та організації маркетингової діяльності підприємства;

- виконання у повному обсязі та з належною якістю завдань, визначених календарним планом та індивідуальним завданням виробничої практики, а також вказівками керівника практики;
- підведення підсумків проходження практики шляхом оформлення звіту з практики;
- своєчасний захист звіту з практики.

Написання звіту передбачає логічне викладення інформації, отриманої в процесі проходження практики, результатів власних досліджень у процесі ознайомлення з роботою підприємства, обробки спеціальної літератури, періодичних видань та інформації з Інтернету, а також виконання індивідуального завдання.

Після проходження практики здобувач вищої освіти повинен чітко усвідомлювати своє місце і роль як майбутнього фахівця в структурі управління підприємством.

Орієнтовний перелік індивідуальних завдань

1. Організація управління маркетингом на підприємстві.
2. Специфіка професії мерчандайзера. Запропонувати шляхи щодо збільшення обсягу продажу товару.
3. Аналіз джерел конкурентних переваг продукції підприємства.
4. Стратегічне і оперативне планування маркетингу.
5. Розробка маркетингового бізнес-плану при виробництві нового товару.
6. Аналіз засобів розповсюдження рекламної інформації про діяльність підприємства та його продукцію.
7. Специфіка професії бренд-менеджера. Запропонувати своє бачення позиціонування бренду.
8. Розробка маркетингового плану фірми щодо оптимізації рентабельності її діяльності.
9. Довгострокове прогнозування збуту.
10. Інноваційний маркетинг в умовах цифрових трансформацій.
11. Маркетингове дослідження каналів збуту і оплати продукції.

12. Розробка стратегії після продажного обслуговування.
13. Дослідження потреб споживачів/покупців;
14. Управління товарною номенклатурою та асортиментом продукції на підприємстві.
15. Розрахунок місткості і частки ринку досліджуваного підприємства.
16. Дослідження конкурентного середовища підприємства.
17. Аналіз життєвого циклу товару, пропозиції щодо його вдосконалення.
18. Розробка окремих маркетингових стратегій та оцінка їх ефективності.

6. ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ, ФОРМА ЗВІТНОСТІ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти звітують про виконання робочої програми практики та індивідуального завдання. Формою звітності здобувача вищої освіти за практику є подання письмового звіту та модульний контроль у вигляді захисту звіту.

Протягом наступного тижня після закінчення терміну проходження виробничої практики здобувачі вищої освіти подають письмовий звіт разом із щоденником на перевірку керівнику практики від Університету, шляхом завантаження відповідних документів до Google Classroom, який після закінчення поточного навчального року архівується й розміщується у хмарному сховищі корпоративного акаунту Google та зберігається протягом чотирьох років.

Звіт з практики захищається здобувачем вищої освіти у комісії з захисту звіту з практики, склад якої затверджується рішенням кафедри. До складу такої комісії обов'язково входять гарант освітньої програми та представник науково-методичного відділу.

Комісія приймає захист звітів у здобувачів вищої освіти в Університеті у встановленні графіком освітнього процесу терміни.

За результатами захисту звіту комісія оцінює роботу здобувача вищої освіти. Голова комісії виставляє оцінку за начальну практику у відомість обліку

успішності з обов'язковим ознайомленням здобувача вищої освіти з отриманою оцінкою через відповідний Google Classroom. Виставлена у відомість оцінка автоматично заноситься до індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти.

Здобувачу вищої освіти, який виконав програму практики, але отримав підсумкову оцінку з практики не більше 59 балів, надається право повторного захисту звіту у відповідності до діючих в Університеті норм.

Підсумки практики обговорюються на засіданні кафедри.

Система та критерії оцінювання

Оцінювання результатів практики комісією здійснюється за внутрішньою 100-бальною шкалою. Загальна оцінка з практики є сумою чотирьох складових:

- оцінка керівника практики від бази практики;
- оцінка керівника практики від закладу вищої освіти;
- оцінка комісії за оформлення звіту;
- оцінка комісії захисту звіту з практики.

Питома вага кожної складової надана в наступній таблиці.

Таблиця

Складові оцінювання виробничої практики

Складова	Максимальна кількість балів
оцінка керівника практики від бази практики	20
оцінка керівника практики від закладу вищої освіти	20
Оцінка комісії за оформлення звіту	20
оцінка комісії захисту звіту з практики	40

Критерії оцінювання керівником практики від бази практики та закладу вищої освіти наведені в наступній таблиці. У разі проходження практики на кафедрі керівником від бази практики вважається керівник від Університету. В такому випадку складова оцінки від бази практики не застосовується, а оцінка керівника від Університету множиться на коригуючий коефіцієнт 2.

Таблиця

**Критерії оцінювання керівником практики від бази практики
та Університету**

Якість виконання	Кількість балів
Завдання практики виконано у повному обсязі; звіт отримано своєчасно без значних зауважень; здобувач вищої освіти досконало володіє питаннями щодо предметної області	20
Завдання практики виконано у повному обсязі; звіт отримано своєчасно, здобувач вищої освіти володіє основними питаннями щодо предметної області, але виявлено незначні недоліки, що можна виправити не порушуючи вказані терміни (у залежності від кількості недоліків)	11-19
Завдання практики виконано, але виявлено недосконалу обізнаність щодо питань предметної області, суттєві помилки у виконанні завдань (у залежності від кількості помилок). Звіт отримано несвоєчасно (враховується лише для оцінки керівником практики від Університету)	1-10
Завдання та задачі практики не виконано; звіт не отримано	0

Комісія кафедри приймає захист та оцінює дві складових: оцінка захисту та оцінка за оформлення звіту. Критерії оцінювання та відповідна кількість балів наведені відповідно в наступних таблицях.

Таблиця

Критерії оцінювання оформлення звіту з практики

Якість виконання	Кількість балів
Звіт сформовано згідно всіх вимог без зауважень щодо оформлення та змістовного наповнення	20
Звіт сформовано згідно всіх вимог з незначними зауваженнями щодо оформлення (у залежності від кількості зауважень)	11 - 19
Звіт сформовано але виявлено суттєві недоліки оформлення та змістовного наповнення (у залежності від кількості недоліків)	1 - 10
Звіт не надано або він не відповідає вимогам	0

Таблиця

Критерії оцінювання захисту звіту з практики

Якість виконання	Кількість балів
Презентацію проведено стисло, чітко, зрозуміло; висвітлено всі питання; наочний матеріал гармонійно доповнює доповідь; на додаткові питання надано повні та правильні відповіді	40
Презентацію проведено, але є незначні недоліки у доповіді, наочному матеріалі або відповідях на додаткові питання (у залежності від кількості недоліків)	21 - 39
Презентацію проведено, але є суттєві недоліки у доповіді, наочному матеріалі (або їх відсутність); неповні або незрозумілі відповіді на додаткові питання (у залежності від кількості зауважень)	2 - 20
Здобувач вищої освіти не з'явився на захист; доповідь не висвітлила питань, поставлених практикою; відсутність або невірне використання наочного матеріалу; не надано відповідей на додаткові питання	0

Примітка: якщо хоча б одна складова дорівнює 0 балів – практика вважається не зарахованою.

Таким чином, кожен студент отримує за практику визначену сумарну кількість балів, які формують загальну оцінку за практику, що відповідає стандартній шкалі оцінювання.

7. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО НАПИСАННЯ ЗВІТУ З ПРАКТИКИ

Звіт про виробничу практику має нараховувати не менш ніж 20 сторінок тексту формату А4 (без врахування додатків). За змістом і структурою звіт повинен відповідати програмі практики.

Вимоги до оформлення звіту:

- звіт друкується державною мовою на аркуші формату А4 (210 на 297 мм) через 1,5 міжрядкових інтервали шрифтом розміру 14 пт.;
- межі оформлення тексту (поля): зліва – 30 мм, справа – 15 мм; зверху, знизу – 20 мм.

Структура звіту має бути наступною: титульний аркуш; зміст; вступ; текст

звіту; список використаних джерел; додатки.

Розподіл тексту на розділи, підрозділи та пункти повинен відповідати структурі програми практики; нумерація розділів, підрозділів, пунктів, таблиць та рисунків подається арабськими цифрами; ілюстративний матеріал (таблиці, рисунки) нумеруються послідовно в межах розділу; ілюстративний матеріал, розміщений на окремих сторінках, не включається до загальної кількості сторінок. Нумерація сторінок, розділів, підрозділів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знаку №.

Першою сторінкою звіту є титульний аркуш (Додаток Б), який входить до загальної нумерації сторінок роботи. Другою сторінкою є зміст звіту проходження практики. Орієнтовний зміст звіту з практики наведений в таблиці:

	стор.
Вступ	3
Розділ 1.	...
Розділ 2. Індивідуальне завдання (<i>тема</i>)	...
Висновки	...
Список використаних джерел	...
Додатки	

На титульному аркуші та змісті номер сторінки не ставлять. Нумерація сторінок звіту розпочинається зі вступу (сторінка 3) і має бути наскрізною. Номер сторінки проставляється арабськими цифрами у правому нижньому куті сторінки без крапки в кінці. Розділи позначаються порядковими номерами арабськими цифрами, в кінці розділу крапка не ставиться. Нумерацію ілюстрацій (схеми, графіки, рисунки), формули і таблиці необхідно подавати в звіті безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації і таблиці, які розміщені на окремих сторінках звіту, не включають до загальної нумерації сторінок. На всі ілюстрації мають бути посилання в тексті. Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації повинен складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка (наприклад,

Рис. 1.2. Назва – це другий рисунок першого розділу). Номер ілюстрації та її назву розташовують під ілюстрацією симетрично до тексту (вирівнювання по центру). Таблиці нумерують послідовно в межах розділу, за винятком таблиць, поданих у додатках. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розташовують напис «Таблиця» із зазначенням її номера, який складається із номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка (наприклад: Таблиця 1.2. – це друга таблиця першого розділу або теми). Назва таблиці міститься нижче, по центру сторінки. При переносі частини таблиці на інший аркуш слово «Таблиця» та її номер вказують разом із назвою один раз над першою частиною таблиці, над іншими частинами таблиці пишуть слова «Продовження табл.» і зазначають її номер, наприклад:

«Продовження табл. 1.2.». Нумерацію формул здійснюють окремо від нумерації таблиць і нумерації рисунків послідовно в межах розділу. Номер формули повинен складатися з номера розділу і порядкового номера формули, між якими ставиться крапка. Нумери формул пишуть біля правого поля аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках (наприклад: «(2.1)» – це перша формула другого розділу). Самі ж формули друкують симетрично основному тексту та виконують (по можливості) за допомогою редактора формул, наприклад

Microsoft Equation. Посилання на літературні джерела необхідно робити у квадратних дужках, в яких зазначається порядковий номер джерела у списку використаних джерел, наприклад, «[5]». У тексті звіту повинні бути посилання на всі таблиці, ілюстрації, формули за їх порядковими номерами. Посилання на ілюстрації в тексті звіту вказують порядковим номером ілюстрації, наприклад «рис. 2.1». Посилання на формули в звіті вказують порядковим номером формули, наприклад «... у формулі (2.2)». Посилання на таблиці в звіті вказують порядковим номером таблиці, при цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено, наприклад: «... в табл. 1.3». У повторних посиланнях на ілюстрації, формули й таблиці використовується скорочення слова «дивись», наприклад:

«див. табл. 1.3». У звіті подається список використаних джерел. Відомості

про джерела, внесені до списку, необхідно подавати відповідно до вимог державного стандарту з обов'язковим наведенням назв праць, авторів та ін. Додатки оформлюють як продовження звіту проходження практики після списку використаних джерел. Додаток повинен мати заголовок, надрукований симетрично відносно тексту сторінки. Усі додатки, незалежно від характеру (звітні форми, аналітично-розрахункові таблиці, громіздкі ілюстративні схеми, комп'ютерні розрахунки, програмний код, екранні копії тощо), повинні мати заголовок, у якому відображено зміст інформації, що містить той чи інший додаток. Додатки позначають великими літерами української абетки, починаючи з А, за винятком літер Г, Г, Є, З, І, І, Й, О, Ч, Ї. Після слова «Додаток» друкують літеру, що позначає його послідовність. Наприклад: Додаток А; Додаток Б і т.д.

У списку використаних джерел наводяться всі використані літературні джерела. Оформлення згідно ДСТУ 8302:2015. Список складається в порядку появи посилань у звіті, або за абеткою першого прізвища автора.

Зразок

1. Бардиш Г. О. Проблеми трансформації і реструктуризації української економіки в напрямі соціальної спрямованості: монографія / Нац. Банк України. Львів. банк. ін-т. Львів: ЛБІ НБУ, 2006. 479 с. С. 12, 15.
2. Чухно А. А. Модернізація економіки та економічна теорія. *Економіка України*. 2012. № 10. С. 24–33. С. 23.
3. Аніловська Г. Я. Ринкова трансформація економіки України (економічна роль держави). URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/348634.html> (дата звернення: 13.03.2021).
4. Duff W., Carter J., Chery M., MacNeil H. From coexistence to convergence: study partnerships and collaboration among libraries, archives and museums. *Information Research*. № 18(3). P. 585.

8. ОСВІТНІ ПОЛІТИКИ

8.1. Політика оцінювання навчальних досягнень здобувачів

За результатами захисту звіту комісія оцінює роботу здобувача вищої освіти. Система та критерії оцінювання визначаються [Положенням про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у Закладі вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»](#) та цією робочою програмою.

8.2. Політика комунікацій

Комунікації з викладачем:

- усі обов'язкові для виконання завдання з виробничої практики, рекомендації до їх виконання, максимальна кількість балів та дедлайни викладені у розділі «Завдання» відповідного навчального курсу у Class Room;
- усі важливі повідомлення для здобувачів викладач розміщує у розділі «Стрічка» відповідного навчального курсу у Class Room;
- усі виконані завдання здобувач повинен завантажувати для перевірки до навчального курсу у Class Room;
- викладач перевіряє виконане здобувачем завдання протягом наступних трьох робочих днів після завантаження роботи та виставляє отриману оцінку до електронного журналу навчального курсу у Class Room;
- при проведенні захисту з практики у форматі відеоконференцій камери здобувачів мають бути ввімкнені;
- індивідуальні консультації викладач надає здобувачам офлайн у приміщенні або онлайн у віртуальному офісі за визначеним графіком.

Комунікації в групі

Викладач заохочує дискусії із спірних питань та проблем, що розглядаються у межах виробничої практики, висловлювання власної точки зору здобувачів на предмет їх вирішення. Обговорення та дискусії мають вестись у обстановці поваги до іншої точки зору, шанобливого ставлення до думок опонентів. Критика має бути конструктивною та обґрунтованою.

8.3. Політика дотримання принципів академічної етики та доброчесності

- здобувачі мають дотримуватись принципів академічної етики та доброчесності наведених у [Кодексі академічної етики](#) та [Положенні про академічну доброчесність здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних, наукових і педагогічних працівників Закладу вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»](#).

- порушення принципів академічної доброчесності тягне за собою цивільно-правову та дисциплінарну відповідальність, передбачену чинним законодавством та наведеним вище положеннями;

- Університет визнає важливість різноманітності студентського контингенту і прагне до створення комфортного інклюзивного та справедливого середовища для навчання різних категорій здобувачів. Будь-яка поведінка (включно з переслідуваннями, сексуальними домаганнями, дискримінацією, розпалюванням ворожнечі), яка загрожує цій атмосфері, не допускається. Інформація про прояви такої поведінки учасниками освітнього процесу під час занять має бути негайно доведена до викладача виробничої дисципліни чи адміністрації Університету.

8.4. Політика щодо дедлайнів та перескладання

- усі передбачені програмою завдання мають бути виконані у встановлені викладачем терміни;

- ліквідація академічної заборгованості відбувається у встановлені графіком освітнього процесу терміни та у порядку, визначаються [Положенням про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у Зкладі вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая»](#).

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Барабанова В. В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
2. Буряк Р.І. Маркетинг: підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти. 2-ге вид. перероб. та допов. - К.: ЦП "КОМПРИНТ", 2023. 537 с.
3. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу : навч. посібн. Київ : ДУТ, 2019. 265 с. URL : https://duikt.edu.ua/uploads/1_1703_14661801.pdf.
4. Добрянська В.В. Маркетингові дослідження: для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Навчальний посібник/ В.В. Добрянська., О.А. Івасенко, М.Б. Чижевська, А.С. Скрильник – Полтава: ПолтНТУ, 2024. 218 с.
5. Захарченко П.В., Самойленко А.А., Кулік А.В., Кутліна І.Ю. Маркетингові дослідження. Навчальний посібник. Видавництво: ЦУЛ, 2023. 234 с.
6. Зюкова І.О. Технології маркетингових досліджень. Навчальний посібник. І. О. Зюкова. К. Видавництво «Магнолія 2006». 2023. 386 с.
7. ІТ-маркетинг : навчальний посібник / С. А. Горбаченко, О. В. Дикий, О. М. Кібік, Н. А. Клевцевич, Н. С. Разінкін ; Нац. ун-т «Одеська юрид. академія». — Одеса : Видавництво «Юридика», 2024. 218 с.
8. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
9. Особливості розгляду справ про порушення законодавства про рекламу в частині дискримінації за ознакою статі: Навч. посібник / Н. Стефанів, І. Лилик, О. Бучинська, О. Давліканова та ін. /за ред. О.Давліканова – К.: Представництво Фонду ім. Фрідріха Еберта в Україні, 2020. 126 с.
10. Основи інтернет-маркетингу. Частина 1 : навчальний посібник / Н.Р. Кордзая. – Херсон: Олді-плюс, 2018. 176 с.
11. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2 : навчальний посібник / Н.Р.

Кордзяя. – Херсон: Олді-плюс, 2018. 164 с.

12. Полторац В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю., Маркетингові дослідження. Навчальний посібник. Напрямок “Економіка”. Видавництво: Центр учбової літератури, 2022. 356 с.

13. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

14. Цифрова економіка: підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський та ін. Київ: НАУ, 2022. 200 с.

15. Янковець Т. М. Технології цифрового маркетингу : підручник. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. 260 с.

Заклад вищої освіти
«Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія
Бугая»

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

(вид і назва практики)

Здобувача вищої освіти _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Кафедра _____

Рівень вищої освіти _____

Спеціальність _____

Освітня програма _____

(назва)

курс/ група _____

20___/20___ навчальний рік

1. Направлення на практику

Здобувач вищої освіти _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Направляється для проходження практики на базу практики _____
(назва бази практики)

Термін практики: з _____ по _____ 20____ р.

Керівник практики від Університету _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

2. Відмітки про прибуття та вибуття

прибув на підприємство, організацію, установу

М.П. «_____» _____ 20____ року

(підпис)

(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

вибув з підприємства, організації, установи

М.П. «_____» _____ 20____ року

(підпис)

(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Приклад оформлення титульного листа звіту з виробничої практики

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АКАДЕМІКА ЮРІЯ БУГАЯ»
Кафедра менеджменту, маркетингу та публічного
адміністрування**

**ЗВІТ
з виробничої практики**

Студента (ки) _____ курсу _____
групи спеціальності: 075 «Маркетинг»

(*прізвище та ініціали*)

Керівник _____
(*прізвище та ініціали*)

(*вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали*)

Оцінка _____
(*кількість балів*)

Київ-202_