

ПрАТ «ВНЗ «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу

Кафедра маркетингу

ПРОГРАМА ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ
студентів спеціальності

075 «Маркетинг»
(Рівень вищої освіти – магістр)

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № 8 від "08" січня 2024 р.
Зав. кафедри

 О.І. Дацій

Підготовлено к.е.н., доцентом кафедри маркетингу Карбовською Л.О.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу (протокол №8 від 08.01.2024 р.)

Схвалено Вченою радою Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу (протокол № 1 від 24.01.2024 р.).

Карбовська Л.О. Програма переддипломної практики студентів спеціальності «Маркетинг» (для магістрів) – К.: ПрАТ «ВНЗ «МАУП», 2024. – 30с.

Програма містить пояснювальну записку, мету та зміст практики, тематичний план і програму переддипломної практики, обов'язки студентів та керівників практики, вимоги до звіту студентів, критерії оцінювання знань та навичок, список літератури, а також додатки.

ЗМІСТ

| | |
|---|--|
| ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА..... | |
| 1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ..... | |
| 2. ПОРЯДОК ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ ТА РОЗПОДІЛ ОBOB'ЯЗКІB..... | |
| 3. ЗМІСТ І ПРОГРАМИ ПРАКТИКИ..... | |
| 4. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ..... | |
| 5. ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ..... | |
| 6. ЗАХИСТ ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ..... | |
| 7. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗВІТІВ ТА ПРАКТИКИ..... | |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | |
| ДОДАТКИ..... | |

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

У нових ринкових умовах господарювання підприємства несуть повну відповідальність за результати своєї роботи. Основна мета виробництва полягає у забезпеченні споживача необхідною продукцією (послугами) у певні терміни, певної якості, з мінімальними витратами. Це потребує адекватних змін у підготовці кадрів.

Переддипломна практика студентів спеціальності «Маркетинг» є невід’ємною складовою навчального процесу, проводиться на підприємствах, в організаціях торгівлі, рекламних компаніях та інших установах будь-якої форми власності. У процесі проходження практики студенти отримують досвід професійної діяльності, набувають практичні уміння і навички, у них формуються професійні якості особистості майбутнього фахівця, тому керівникам практики необхідно акцентувати увагу на розвитку творчих здібностей студентів, їх самостійності, умінні приймати рішення та працювати в колективі.

Переддипломна практика студентів спеціальності «Маркетинг» є завершальною практикою, яка спрямована на узагальнення знань, формування практичних умінь і навичок на базі конкретного суб’єкта господарювання, оволодіння професійним досвідом та забезпечення готовності майбутнього фахівця до самостійної трудової діяльності, а також збору матеріалів для дипломної роботи. Основою цього процесу є дипломна робота як науковий звіт, що синтезує знання, досвід та вміння студента реалізувати на практиці теоретичні надбання та практичний досвід.

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Метою переддипломної практики є ознайомлення студента з практичними аспектами виявлення, обґрунтування та розв’язання проблемної ситуації, яка є предметом дослідження при виконанні дипломної роботи, а також отримання необхідних інформаційних матеріалів для її виконання.

Відповідно до мети визначено такі завдання практики:

- загальне ознайомлення з підприємством - місцем проходження практики;
- ознайомлення з роботою служби (відділу) маркетингу підприємства;
- аналіз та оцінка виробничої, фінансової та маркетингової діяльності підприємства;
- ознайомлення з документацією служби (відділу) маркетингу підприємства;
- ознайомлення з системою оперативного, тактичного і стратегічного маркетингового планування на підприємстві;
- оцінка методів управління маркетинговою діяльністю підприємства;
- збір необхідної документації та інформації за темою дипломної роботи про предметну область, існуючі теоретичні підходи з усіх джерел (наукова література, періодичні видання, матеріали конференцій, Інтернет);
- всебічний аналіз зібраної інформації з метою подальшого вибору оптимальних і обґрунтованих управлінських рішень;
- дослідження теоретичного матеріалу, необхідного для виконання та захисту дипломного проекту;
- написання звіту з переддипломної практики.

2. ПОРЯДОК ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ ТА РОЗПОДІЛ ОBOB'ЯЗКІВ

Переддипломна практика проводиться на базах – підприємствах/організаціях/установах, на прикладі яких можна дослідити особливості науково-прикладної проблеми та отримати практичні навички для її розв'язання згідно з обраною темою дипломної роботи. Базами практики, залежно від обраної теми дослідження, можуть бути підприємства різних сфер економічної діяльності, різних форм власності, які займаються виробничою та посередницькою діяльністю, надають послуги.

Перелік баз практики та закріплення студента за ними затверджується наказом ректора ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональної Академії управління персоналом». Обов'язковість і тривалість переддипломної практики визначена навчальним планом.

Для визначення і затвердження бази практики студенту необхідно надати гарантійний лист щодо прийняття його відповідним підприємством для проходження практики. За відсутності підтвердженої бази практики студент направляється на базу практики, визначену МАУП. До проходження практики допускаються студенти, які повністю виконали навчальний план і не мають академічної заборгованості.

Методичне керівництво практикою здійснюють керівники дипломних робіт, які перед початком практики проводять інструктаж по техніці безпеки та консультацію щодо порядку проходження практики, завданнями переддипломної практики, вимогами до складання звіту про проходження практики та іншими організаційними питаннями.

На підприємстві, в установі, де проходить практика, для студента призначається керівник практики від бази практики. Студент повинен з'явитися на місце проходження практики в зазначений термін.

Студент зобов'язаний:

- ознайомитися з наказом про порядок проведення практики, затвердженим адміністрацією установи, підприємства;
- узгодити з керівником практики від підприємства індивідуальний план (графік) проходження практики і, за потреби, оформити перепустку;
- дотримуватися програми, затвердженої керівниками практики від кафедри та підприємства;
- виконувати правила внутрішнього розпорядку та вимоги трудового законодавства;
- виконувати вказівки керівника практики від підприємства (установи);
- звітувати керівнику практики від кафедри про виконану роботу.

Не пізніше, ніж за день до закінчення практики, студент повинен одержати характеристику, підписану керівником або іншою службовою особою від бази практики та завірену печаткою підприємства (установи). Протягом усього терміну проходження практики студенту необхідно здійснювати підготовчу роботу по складанню звіту про проходження переддипломної практики.

Підготовлений і оформлений належним чином звіт про практику студент повинен подати керівнику дипломної роботи у встановлений термін. До звіту обов'язково додається щоденник, що містить характеристику на студента-практиканта, підписану керівником практики від підприємства і завірену печаткою.

Підготовлений звіт про проходження практики студент захищає керівнику дипломної роботи в термін, затверджений на кафедрі.

Про недоліки в організації практики студент має право повідомити керівника дипломної роботи.

Обов'язки керівника практики від кафедри:

- здійснювати систематичний контроль за виконанням затвердженої програми практики;
- надавати консультації студентам з питань проходження практики;
- перевіряти звіти практикантів-дипломників;
- повідомляти кафедру про виконання практики студентами.

Обов'язки керівника практики від підприємства, фінансової установи, державної організації чи закладу:

- створити практиканту необхідні умови для проходження практики;
- надавати необхідні консультації та роз'яснення щодо окремих питань, передбачених планом;
- здійснювати організацію роботи практикантів відповідно до затвердженої програми практики;
- перевіряти виконання студентами плану проходження практики;
- контролювати дотримання студентами трудової дисципліни та правил внутрішнього розпорядку;
- складати характеристики на студентів, підбиваючи підсумки їхньої роботи під час проходження практики.

У разі порушення студентами трудової дисципліни та несумлінного виконання своїх обов'язків керівник практики від підприємства (установи чи закладу) має право позбавити їх практики. У таких випадках він повідомляє про порушення, що мали місце, керівнику практики від кафедри або надсилає повідомлення до навчального закладу.

3. ЗМІСТ І ПРОГРАМА ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Зміст переддипломної практики визначається її програмою. Конкретний перелік питань програми практики формується залежно від переліку питань, які необхідно розглянути, та складу аналітичних розрахунків, які передбачається здійснити, згідно з затвердженим керівником дипломної роботи індивідуальним завданням для дипломної роботи. На основі індивідуального завдання для дипломної роботи керівник дипломної роботи складає завдання для переддипломної практики за встановленою формою (додаток А).

Перший розділ переддипломної практики магістра містить діагностику економічної та маркетингової діяльності підприємства. Вона складається з таких етапів:

1. Загальна характеристика організаційної, виробничої та фінансової діяльності підприємства.
2. Аналіз ринку, на якому здійснює свою діяльність підприємство.
3. Оцінка середовища підприємства та його маркетингової діяльності.

Другий розділ переддипломної практики - це пошукова робота із збирання теоретичних і статистичних матеріалів для написання дипломної роботи. Вона складається з таких етапів:

1. Обґрунтування актуальності теми дипломної роботи.
2. Огляд нормативно-правових актів та наукової літератури з теми роботи.
 - 2.1. Формування картотеки та оформлення бібліографії з теми дипломної роботи.
 - 2.2. Дослідження та аналіз публікацій з теми дипломної роботи.
 - 2.3. Вивчення й аналіз нормативних документів, що регулюють комерційну і маркетингову діяльність.
3. Збирання необхідної статистичної інформації про об'єкт дослідження.
4. Обробка статистичних даних, виконання необхідних розрахунків, складання аналітичних таблиць, схем, графіків тощо. Застосування комп'ютерних технологій при обробці інформації.
5. Обґрунтування висновків та пропозицій за результатами дослідження.

Тематичний план проходження практики

| № пор. | Види виконуваних робіт за програмою практики |
|-----------|--|
| 1 | Вступний інструктаж з охорони та безпеки праці. Ознайомлення з діяльністю підприємства |
| 2 | Ознайомлення з організацією системи управління підприємства та його маркетинговою діяльністю |
| 3 | Аналіз ринку, на якому здійснює діяльність підприємство |
| 4 | Обґрунтування висновків та пропозицій за результатами дослідження. |
| 6 | Обґрунтування актуальності теми дипломної роботи. |
| 7 | Огляд нормативно-правових актів з теми дипломної роботи. |
| 8 | Огляд наукової літератури з теми дипломної роботи. |
| 9 | Збирання необхідної статистичної інформації щодо об'єкту дослідження. |
| 10 | Обробка статистичних даних, виконання необхідних розрахунків, складання аналітичних таблиць, схем, графіків тощо. Застосування комп'ютерних технологій при обробці інформації. |
| 11 | Обґрунтування висновків та пропозицій за результатами дослідження. |
| 12 | Написання звіту про проходження практики |
| Разом 300 | |

4. ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Звіт про проходження практики містить у собі аналіз практики, відомості про виконання здобувачами вищої освіти усіх розділів її програми та індивідуального завдання, висновки і пропозиції, зауваження та побажання здобувача вищої освіти щодо підсумків практики, список використаних літературних джерел. До звіту додаються відповідні пояснення, таблиці, схеми тощо, а також матеріали, зібрані у процесі проходження практики для використання у практичній діяльності здобувача вищої освіти і навчальному процесі інституту.

Звіт про проходження практики складається в письмовій формі за результатами її проходження. Загальний обсяг звіту становить 20–25 стандартних сторінок формату А4.

За своєю структурою звіт про практику складається з титульного аркушу, змісту, вступу, основної частини (з двох розділів), висновків, списку використаних джерел та додатків (за потребою).

Титульний аркуш (зразок оформлення див. у Додатку А). На титульному аркуші проставляється особистий підпис здобувача вищої освіти, підпис керівника від бази практики, який скріплюється печаткою організації (бази практики), а також підпис керівника від кафедри. За результатами усного захисту на титульному аркуші виставляється оцінка (у балах).

Зміст містить назви всіх розділів і підрозділів звіту із зазначенням сторінок, на яких вони викладені.

У **вступі** розміщуються відомості про базу практики:

- сфера практичної діяльності;
- загальний огляд;
- мета і завдання практики.

Практиканту належить:

- вивчити досвід роботи підприємства, організації, установи;
- ознайомитися з методами та формами організації виробництва на підприємстві (в установі, в організації);
- проаналізувати умови праці тощо.

Одним із завдань практики є виявлення проблем та пошук підходів і засобів для їх розв'язання, внесення пропозицій та рекомендацій. Практикант стисло описує діяльність вказаного підприємства, організації (установи), наводить історичні дані, які стосуються конкретного підприємства, організації (установи); його практичні та наукові досягнення.

Обсяг вступу складає 1–2 сторінки тексту.

Основна частина звіту відображає детальний зміст проходження практики, виконані завдання, їх відповідність паспорту спеціальності (освітньо-професійної програми), зв'язок із фаховою спеціалізацією тощо.

У цій частині містяться відомості про форми і способи діяльності організації; висвітлюється процес підготовки до написання магістерської дипломної роботи у взаємозв'язку з місцем проходження практики, визначається, наскільки плідно здобувач вищої освіти використав можливості конкретної бази практики для підготовки змістової частини магістерської дипломної роботи (*у разі проходження переддипломної виробничої практики*).

Основна частина звіту з практики складається із двох розділів загальним обсягом 15–20 сторінок тексту.

У першому розділі наводяться відомості про організаційно-правову форму підприємства, установи (організації) згідно установчих документів, про структуру та повноваження керівника та його заступників. Практикант звітує про своє ознайомлення з нормативно-правовою базою та службовою документацією, з посадовими інструкціями працівників, положеннями про підрозділи (відділи) підприємства (установи), здійснює аналіз напрямів діяльності відповідної структури; розкриває форми співробітництва

організації з іншими структурами і розробляє рекомендацій щодо їх удосконалення, здійснює аналіз кадрового забезпечення, організації раціональної праці в структурі.

Другий розділ стосується характеристики підприємства, його функцій, та, зокрема, містить у собі інформацію про:

- зміст і специфіку роботи відділу, де проходив практику здобувач вищої освіти;
- використання інформаційних технологій у виробничих (технологічних) процесах;
- виконання практикантом завдань, виданих керівником практики;
- виявлені проблем (недоліки) в технології, організації виробництва та праці на місці проходження практики;
- пропозиції по усуненню проблем (недоліків, недоробок) та покращенню роботи установи.

У **висновках** викладаються узагальнені результати проходження практики, підсумки щодо її ефективності та корисності з набутих навичок та вмінь, стан підготовленості зібраних матеріалів для магістерської дипломної роботи (*у разі проходження переддипломної виробничої практики*).

У висновках вказується наступна інформація:

- місце та час проходження практики;
- виконання програми практики;
- перелік питань, які були вивчені під час практики на підприємстві, в установі (організації);
- оцінювання результату діяльності підприємства;
- надання пропозицій по покращенню діяльності підприємства.

Обсяг заключної частини складає 1–2 сторінки тексту.

Список використаних джерел (за потребою).

Додатки (за потребою).

Звіт погоджується з керівниками від бази практики та від кафедри.

5. ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ

Звіт друкують за допомогою комп'ютера на аркушах білого паперу формату А4. При друкуванні тексту звіту необхідно залишати поля таких розмірів: зліва – 30 мм, справа – 10 мм, зверху – 20 мм та знизу – 20 мм. Текст звіту набирається шрифтом з відсічками Times New Roman розміром 14 пунктів з інтервалом 1,5 рядків (29–30 рядків на сторінці), абзацний відступ 1,25 см без додаткових інтервалів між абзацами.

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, таблиць, малюнків, формул у змісті звіту подають арабськими цифрами без знаку №. Першою сторінкою звіту є титульний лист, на якому номер сторінки не ставиться. На наступних сторінках номери проставляються у правому верхньому куті сторінки без крапки після цифри.

Заголовок будь-якої зі структурних частин не може знаходитися в кінці аркуша, після нього мусять бути принаймні два рядки тексту, що знаходяться на відстані 5 мм від заголовка. Заголовки змісту, вступу, висновків, списку використаних джерел і літератури, додатків, мають бути розміщені по центру рядка і написані великими літерами звичайним жирним шрифтом розміром 18 пунктів. Після заголовку пропускається один рядок.

Ілюстрації (за наявністю). У звітах слід використовувати лише штрихові ілюстрації і оригінали фотознімків. Фотознімки розміром меншим за формат А4 мають бути наклеєні на стандартні аркуші білого паперу формату А4. Ілюстрації повинні мати назву, яку розміщують після номера ілюстрації. За потреби ілюстрації доповнюють пояснювальними підписами. Малюнки, фотографії, креслення, схеми, графіки, карти слід подавати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці.

Рисунок, розміри якого більше формату А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування в тексті або у додатках, включаючи до загальної нумерації сторінок. Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за виключенням ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації має складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад: Рис. 1.2. (другий рисунок першого розділу). Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією.

Таблиці. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери; назви не підкреслюють. Заголовки колонок мають починатися з великих літер, підзаголовки – з маленьких, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони самостійні. Висота рядків – не менше ніж 8 мм. Колонку з порядковими номерами рядків до таблиці не включають.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї у тексті; таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на інший аркуш. При перенесенні таблиці на інший аркуш (сторінку) назву вміщують тільки над її першою частиною. Таблицю з великою кількістю колонок можна ділити на частини і розмішувати одну частину під іншою в межах одної сторінки. Якщо рядки або колонки таблиці виходять за формат сторінки, то в першому випадку в кожній частині таблиці повторюють її шапку, а в другому – боковик.

Якщо текст, який повторюється в графі таблиці, складається з одного слова, його можна замінити лапками; якщо з двох або більше слів, то при першому повторенні його замінюють словами “Те ж”, а далі лапками. Ставити лапки замість цифр, марок, знаків, математичних і хімічних символів, які повторюються, не варто. Якщо цифрові або інші дані в якомусь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк (-).

На всі таблиці мають бути посилання в тексті, при цьому слово «таблиця» в тексті пишуть скорочено, наприклад: «...у табл.1.2».

Додатки. За потреби до додатків доцільно включати таблиці, ілюстрації, які допомагають кращому сприйняттю матеріалу. Додатки оформлюють як продовження роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті звіту. Кожний такий додаток має починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований зверху малими літерами з першої прописної симетрично до тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток» і літера, що позначає додаток. Додатки позначають послідовно великими літерами українського алфавіту, за винятком літер Г, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь (єдиний додаток позначають як «Додаток А»).

Всі матеріали звіту зшиваються в єдиний документ (швидкозшивач) та після захисту з відміткою керівника від кафедри здаються на випускову кафедру для зберігання.

6. ЗАХИСТ ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Належно оформлений звіт і заповнений щоденник здобувач вищої освіти здає керівникові від бази практики, який у разі позитивної оцінки візує звіт на титульному аркуші та складає характеристику на здобувача, котра відображається у щоденнику практики.

В термін, визначений графіком освітнього процесу та навчального плану, здобувач вищої освіти подає звіт керівникові практики від кафедри для перевірки. У разі позитивної оцінки звіту керівник складає характеристику на здобувача, яка відображається у щоденнику практики, та організовує захист звіту здобувачем. У разі невідповідності встановленим вимогам щодо змісту та оформлення звіт повертається на доопрацювання.

Випускові кафедри організовують захист звітів про практику. Захист звіту з практики приймає комісія, призначена випусковою кафедрою з числа викладачів – керівників практики, а також викладачів дисциплін освітньої програми підготовки здобувачів вищої освіти. На захист можуть запрошуватися керівники від баз практики. Звіт про проходження практики оцінюється комісією за результатами захисту.

Результати оцінювання звіту з практики та підсумкова оцінка результатів проходження практики (за національною шкалою, 100-бальною шкалою та системою ECTS) відображаються у щоденнику практики за підписами членів комісії та переноситься керівником практики до залікової книжки та заліково-екзаменаційної відомості здобувача вищої освіти.

Здобувач вищої освіти, який не виконав програму практики, отримує негативну оцінку, наслідком чого є його відрахування з Академії.

Здобувачу вищої освіти, який з поважних причин не виконав програму практики, може бути надане право проходження практики повторно.

7. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗВІТІВ ТА ПРАКТИКИ

Загальна оцінка результатів проходження практики здійснюється з урахуванням оцінки за звіт та публічний захист практики і становить сумарний підсумок. При оцінюванні звіту враховується письмове оформлення звітної документації, ступінь реалізації індивідуальної програми практики, характеристики керівників від бази практики та від кафедри, додержання календарного плану та графіка індивідуально-консультативної роботи тощо.

За наявності негативної характеристики керівника з бази практики або від кафедри загальна оцінка практики не може бути позитивною.

Критерії оцінювання звіту

| Структура звіту | Бали |
|---|------|
| Структура звіту складена з додержанням усіх установлених вимог і містить усі необхідні елементи | 10 |
| У цілому структура звіту побудована згідно з вимогами, однак не містить хоча б одного обов'язкового елементу | 5 |
| Побудова структури звіту не відповідає встановленим вимогам (розподілу на розділи та інші обов'язкові елементи немає, матеріал подано загальним текстом без структуризації) | 0 |
| Оформлення звіту | |
| Звіт оформлено з додержанням усіх установлених вимог | 10 |

| | |
|---|----|
| У цілому звіт оформлено згідно з вимогами, але мають місце незначні відхилення від технічних вимог щодо його оформлення або окремі некоректності, які не мають істотного значення. | 5 |
| Наявні грубі порушення вимог щодо оформлення звіту або окремих його частин, текст звіту не вивірений на предмет наявності граматичних чи стилістичних помилок. | 0 |
| Зміст звіту | |
| Звіт містить усю необхідну інформацію щодо процесу організації та результатів проходження практики: реалізації індивідуальної програми практики та інших завдань, одержаних від керівників практики для виконання на базі практики; ефективності та корисності практики з погляду набутих навичок та вмінь, стану підготовленості зібраних матеріалів для магістерської дипломної роботи (у разі звіту про переддипломну виробничу практику) тощо; матеріали звіту охоплюють всі етапи практики. Характеристика керівника від бази практики містить високу позитивну оцінку і засвідчує, що програму практики виконано повною мірою і належним чином. | 20 |
| Звіт у цілому висвітлює необхідну інформацію, передбачену вимогами, охоплює при цьому обидва етапи практики, містить високу позитивну оцінку керівника від бази практики, однак наявні несуттєві зауваження. Зі змісту можна зробити висновок, що програму практики виконано повною мірою і належним чином. | 15 |
| Звіт свідчить про виконання програми практики в цілому, переважно охоплює необхідну інформацію, яка є дещо поверхневою, висновки не містять належної аргументації. Характеристика керівника від бази практики в цілому позитивна. | 10 |
| Програму практики виконано на задовільному рівні, її результати висвітлено у звіті, який при цьому містить певні неточності або не містить важливої інформації, або мають місце інші суттєві зауваження до змісту звіту. Характеристика керівника від бази практики в цілому позитивна. | 5 |
| Звіт не відповідає встановленим вимогам щодо змісту, не містить належної інформації про зміст, форму організації та контролю діяльності, здійснюваної під час проходження практики або окремого її етапу, містить грубі змістові помилки, або негативну характеристику керівника від бази практики, що дозволяє зробити висновок про невиконання або неналежне виконання програми практики. | 0 |
| У разі невідповідності письмового звіту встановленим вимогам щодо його змісту та оформлення (одержання менше 15 балів) звіт не допускається до усного захисту і повертається на доопрацювання. | |
| Усний захист звіту | |
| Здобувач вищої освіти демонструє належні знання, вільно орієнтується у | 10 |

| | |
|--|---|
| змісті поданого звіту та в програмі практики в цілому, чим підтверджує її виконання; надає правильні й аргументовані відповіді на всі запитання з програми практики. | |
| Здобувач вищої освіти демонструє належні знання, переважно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі практики, однак у відповідях на запитання припускається окремих неточностей. | 5 |
| Здобувач вищої освіти не дає задовільних відповідей по суті поставлених запитань, не орієнтується у програмі практики або в окремих її частинах, або припускається грубих помилок, що дають змогу зробити висновок про невиконання або неналежне виконання програми практики, свідчать про відсутність реальних результатів практики і набутих практичних навичок та вмій (у такій ситуації оцінка за письмовий звіт не враховується і виставляється загальна оцінка за практику «0 балів»). | 0 |
| За наявності негативної характеристики керівника від бази практики або керівника від кафедри позитивна оцінка практики є неможливою. У випадку, якщо Здобувач вищої освіти не виконав програму практики хоча б за одним з етапів практики й одержав 0 балів за відповідний звіт, то бали, одержані за інші звіти, не враховуються, і виставляється загальна негативна оцінка за результатами проходження практики. | |

Ведення щоденника практики

| Критерії оцінювання | Бали |
|---|------|
| Щоденник оформлено належним чином, він містить повну інформацію про діяльність практиканта, містить позитивні характеристики керівника від бази практики та керівника від Академії. | 10 |
| Щоденник у цілому містить належну інформацію, однак оформлений з порушенням установлених вимог. Характеристики керівника від бази практики та керівника від Академії – у цілому позитивні. | 5 |
| Щоденник оформлений з порушенням установлених вимог, не містить передбаченої ним інформації (зокрема щодо змісту виконаних завдань). Характеристики керівника від бази практики та керівника від Академії – негативні | 0 |
| У разі якщо щоденник містить негативну характеристику керівників від бази практики та/або від Академії, результати оцінки за іншими об'єктами контролю не враховуються і виставляється загальна негативна оцінка за проходження практики. | |

Додержання календарного плану та графіка індивідуально-консультативної роботи

| Критерії оцінювання | Бали |
|--|------|
| Здобувач вищої освіти чітко додержувався календарного плану проходження практики та графіка індивідуально-консультативної роботи з керівником практики від кафедри, сумлінно та вчасно виконував усі рекомендації керівника, вчасно звітував про результати проходження відповідних етапів практики. | 10 |

| | |
|--|---|
| Здобувач вищої освіти у цілому додержувався календарного плану проходження практики та графіка індивідуально-консультативної роботи з керівником практики від кафедри, однак допускав відступи від його рекомендацій, які вплинули на якість практики, не завжди вчасно подавав звіти про проходження практики. | 5 |
| Здобувач вищої освіти не додержувався календарного плану проходження практики та графіка індивідуально-консультативної роботи, ухилявся від консультацій керівника практики від кафедри, систематично порушував установлені терміни виконання завдань, наданих керівником, та відповідних звітів про проходження практики. | 0 |

Виконання вибіркового індивідуального завдання

Здобувач вищої освіти має право обрати індивідуальне завдання для виконання на базі практики й одержати за результатами його виконання 5 балів. Індивідуальне завдання студент може отримати під час індивідуально-консультативної роботи зі своїм керівником практики від Академії.

Підсумкова оцінка результатів проходження переддипломної практики

Підсумкова оцінка складається із суми балів за кожним об'єктом контролю і розраховується так: $130:100=1,30$. Здобувач вищої освіти набрав X балів; Розрахунок: $X:1,30 =$ загальна кількість балів.

Шкала відповідності оцінок

| Оцінка за 100 бальною шкалою | Оцінка за національною шкалою | Оцінка за шкалою ECTS |
|-------------------------------------|--|------------------------------|
| 90–100 | відмінно | A |
| 82–89 | добре | B |
| 75–81 | | C |
| 68–74 | | D |
| 60–67 | задовільно | E |
| 35–59 | незадовільно з можливістю повторного складання | FX |
| 1–34 | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | F |

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання : ДСТУ ГОСТ 7.1:2006. – Чинний з 2007-07-01. – К. : Держспоживстандарт України, 2007. – 47 с.
2. Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення [Електронний ресурс] : ДСТУ 3008-95. – Режим доступу : http://sumdu.edu.ua/images/stories/scientific_inf/research/dstu_3008-95.pdf.
3. Інформація та документація. Скорочення слів в українській мові у бібліографічному описі. Загальні вимоги та правила [Електронний ресурс] : ДСТУ 3582-97. – Режим доступу : http://library.nulau.edu.ua/VIBLIOTEKA/SAIT/nauka/GOST/5_DSTU_3582-97.pdf.
1. Беквіт Гаррі Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг /пер. Сергій Івахненків Львів: [Клуб Сімейного Дозвілля](#). 2018. 192 с.
2. Біловодська О. А. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах : монографія / О. А. Біловодська, Л. О. Сигида. – Київ : Вид-во «Центр навчальної літератури», 2017. – 234 с.
3. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку [Текст]: навч. посіб. / Близнюк С.В. - К.: Кондор, 2009.- 384 с.
4. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.В.Божкова, Ю.М.Мельник; - К.: Центр навчальної літератури, 2009.-200 с.
5. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2017. с. 357.
6. Ільченко Т. В. Тенденції сучасного розвитку маркетингових досліджень в Україні. Приазовський економічний вісник. 2022. № 1 (30). С. 55–59.
7. Котлер, Ф. Десять смертних гріхів маркетингу Львів: [Клуб Сімейного Дозвілля](#). 2018. пер. Наталія Палій. 204 с.
8. Маркетинг в галузях і сферах діяльності: підручник і практикум для акад. бакалаврату / під заг. ред. С. В. Коропової, С. В. Мхіта рьяна., 2017. 245 с.
9. Маркетинг: навчальний посібник / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2012. 528 с.
10. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. Київ: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.
11. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2015. – 728 с.
12. Мельник І.М. Мерчандайзинг [Текст]: навч. посіб. / Мельник І.М., Хом'як Ю.М. - К.: Знання, 2009.-309 с.
13. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.
14. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
15. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів : Навч. посіб.К. : Центр учбової літератури, 2013. 201 с.
16. Ризики в маркетингу : підручник / О. І. Лабурцева. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – 476 с.
17. Севонькаєва О. О. Маркетингові комунікації [Електронний ресурс] : підручник. К. : КНЕУ, 2014. 344 с.
18. Сіняєва, І. М, Романенкова О. Н. Маркетинг: підручник для академічного бакалаврату., 2017. - С. 65-85, 92.
19. Статистика : підручник / С. І. Пирожков, В. В. Рязанцева, Р. М. Моторин та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 328 с.

20. Торговельні мережі : підручник / О. О. Кавун-Мошковська. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 488 с.
21. Філановський О. Головна маркетингова книга. пер. Г. Якубовська. Харків: Фабула. 2018. 216 с.
22. Філановський О. Карго-маркетинг і Україна. Харків: Фабула. 2021. 144 с.
- Інтернет-ресурси*
1. Українська Асоціація Маркетингу. – режим доступу: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>
 2. Журнал Маркетинг в Україні. – режим доступу: <http://presspoint.ua/>
 3. Новини маркетингу. – режим доступу: <http://delo.ua/business/marketing/>
 4. Маркетинг-мікс. – режим доступу: <http://marketingmix.com.ua>

Додаткова:

1. Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення [Електронний ресурс] : ДСТУ 3008-95. – Режим доступу : http://sumdu.edu.ua/images/stories/scientific_inf/research/dstu_3008-95.pdf.
2. Інформація та документація. Скорочення слів в українській мові у бібліографічному описі. Загальні вимоги та правила [Електронний ресурс] : ДСТУ 3582-97. – Режим доступу : http://library.nulau.edu.ua/BIBLIOTEKA/SAIT/nauka/GOST/5_DSTU_3582-97.pdf.
3. Бабченко Л.В. Стратегічний маркетинг у системі управління промисловим підприємством. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип.15. Ч.1. С. 11-15.
4. Беквіт Гаррі Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг /пер. Сергій Івахненків Львів: [Клуб Сімейного Дозвілля](#). 2018. 192 с.
5. Біловодська О. А. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах : монографія / О. А. Біловодська, Л. О. Сигида. – Київ : Вид-во «Центр навчальної літератури», 2017. – 234 с.
6. Багорка М.О. Маркетингова стратегія екологізації виробництва аграрних підприємств: теорія, методологія, практика: дис. докт. екон. наук: 08.00.04 / Багорка Марія Олександрівна. Полтава, 2018. 444с.
7. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2017. с. 357.
8. Демиденко С.Л. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. [Електроннийресурс].- URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4290>
9. Ільченко Т. В. Тенденції сучасного розвитку маркетингових досліджень в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2022. № 1 (30). С. 55–59.
10. Котлер, Ф. Десять смертних гріхів маркетингу Львів: [Клуб Сімейного Дозвілля](#). 2018. пер. Наталія Палій. 2014 с.
11. Кобець Д.Л. Теоретичні підходи до формування маркетингової стратегії на підприємствах. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С.502-506.
12. Логоша Р.В., Польова О.Л. Особливості формування маркетингових стратегій сільськогосподарських підприємств. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Економічні науки. 2018. №11 (51). 2018. – С.22-26.
13. Маркетинг в галузях і сферах діяльності: підручник і практикум для акад. бакалаврату / під заг. ред. С. В. Коропової, С. В. Мхіта рьяна., 2017. 245 с.
14. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. Київ: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.
15. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2015. – 728 с.

16. Маркетинг: навч. посіб./ І.М.Абрамова, О.В.Богоявленський, Г.О.Дорошенко, О.Г.Дорошенко та ін. / за заг.ред. Г.О.Дорошенко. Харків:ТОВ Тім.Пабліш.Груп., 2016. – 412с.
17. Магдаль В.В., Антоненко О.О. Побудова карти стратегічних маркетингових цілей в рамках розробки збалансованої системи показників для підприємств харчової промисловості. *Міжнародна наукова конференція MicroCAD: Секція №27 - Математичні моделі і інформаційні технології в економіці - Вестник НТУ «ХПИ»*, 2014.URL: <http://archive.kharkiv.org/View/39353/>
18. Мелушова І.Ю., Бучковський С.П. Вплив маркетингового середовища на формування цінової політики підприємств торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр.* / [редкол.: О. І. Черевко (відпов. ред.) та ін.]. – Харків: ХДУХТ, 2016. Вип. 2 (24). – С. 270-279.
19. Мендела І.Я. Стратегічний маркетинг: навч.-метод. посіб. Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2012. – 102 с.
20. Меленчук Ю.Т. Формування ефективної системи маркетингового планування на підприємстві: дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Меленчук Юлія Тарасівна. Тернопіль., 2015. – 294 с.
21. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с
22. Мельник І.М., Бабійчук Р.І. Суть та види стратегій підприємств готельно-ресторанного господарства. *Матеріали V Міжнар. наук.-практ.конф. «Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг»* (м. Львів, 7 грудня 2017 р.) Львів: Растр-7, 2017. – С. 304-307 (368 с.)
23. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
24. Петруня Ю. Є., Петруня В.Ю. Маркетинг : навчальний посібник – 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.
25. Романенко О.О. Типологізація методів формування маркетингових стратегій промислових підприємств . *Науковий вісник Академії муніципального управління*. (Серія «Економіка»). 2013. Вип. 2. – С. 101–108.
26. Ризики в маркетингу : підручник / О. І. Лабурцева. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – 476 с.
27. Рябуха І.С. Обґрунтування товарної стратегії підприємства та пошук шляхів підвищення маркетингових позицій підприємства. *Бізнес-навігатор Науково-виробничий журнал*. 2014. № 3(35). С.12-18.
28. Сак Т. В., Стасюк І. М. Комплексний підхід до обґрунтування стратегії маркетингу підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. №6. [Електронний ресурс] URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4150>
29. Сєвонькаєва О. О. Маркетингові комунікації [Електронний ресурс] : підручник. К. : КНЕУ, 2014. 344 с.
30. Сіняєва, І. М, Романенкова О. Н. Маркетинг: підручник для академічного бакалаврату., 2017. - С. 65-85, 92.
31. Статистика : підручник / С. І. Пирожков, В. В. Рязанцева, Р. М. Моторин та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 328 с.
32. Овсієнко Н.В. Маркетингові стратегії підприємств-виробників молокопереробної галузі: дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Овсієнко Наталія Василівна. Київ., 2016. 199с.
33. Торговельні мережі : підручник / О. О. Кавун-Мошковська. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 488 с.
34. Філановський О. Карго-маркетинг і Україна. Харків: Фабула. 2021. 144 с.
35. Хоменко О.І. Види стратегій та інструментарій формування стратегії розвитку підприємства. *Управління розвитком*. 2015. № 3(181).С.131-137.

Зразок щоденника титулка

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД"
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ"****ЩОДЕННИК**

Проходження практики здобувача вищої освіти

(вид практики)

ПІБ _____

Курс _____ Група _____

Спеціальність _____

База практики _____

Керівник практики

Від ЗВО _____

Керівник практики від

підприємства _____

Київ 20_____

**Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад
"МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ"**

Назва і адреса Баз практик

НАПРАВЛЕННЯ НА ПРАКТИКУ № _____

Міжрегіональна Академія управління персоналом направляє на

(вид практик)

практику здобувача вищої освіти _____

(прізвище, ім'я та по батькові)

курс _____ група _____ за спеціальністю

Міжрегіональної Академії

управління персоналом.

(назва підрозділу)

Термін практик: _____ тижні з « _____ » _____ до « _____ » _____ 20..... р.

Директор _____

(назва підрозділу)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Дата _____

М. П.

ПОВІДОМЛЕННЯ ДО НАПРАВЛЕННЯ НА ПРАКТИКУ

№ _____ від « _____ » _____ 20..... року

(підлягає поверненню до навчального закладу в 5-денний термін з дня зарахування на практик)

(найменування бази практик / підприємства, установи, організації)

повідомляє, що здобувач вищої освіти

(прізвище, ім'я та по батькові)

курс _____ група _____ за спеціальністю _____

Міжрегіональної Академії

управління персоналом.

(назва підрозділу)

зарахований(а) для проходження _____ практик.

(вид практик)

Термін практик: _____ тижні з « _____ » _____ до « _____ » _____ 20..... р.

Наказ про прийняття на практик № _____ від « _____ » _____ 20..... р.

Керівник практик від бази практик:

(посада)

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

Керівник _____

(посада)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Дата _____

М. П.

ДОГОВІР № _____
про проведення практики здобувачів вищої освіти
закладу вищої освіти

м. Київ

« ____ » _____

Ми, що нижче підписалися, з однієї сторони **ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»** (далі – Заклад вищої освіти), в особі Ректора Муравйова Кирила Володимировича, який діє на підставі Статуту і, з іншої сторони, _____

(далі – База практики) в особі _____, яка діє на підставі _____, уклали цей договір на проведення практики здобувачів вищої освіти.

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. Співробітництво у сфері освітянської діяльності та безоплатне практичне навчання здобувачів вищої освіти Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом», підпорядкованих органах та установах.

2. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

2.1. База практики зобов'язується:

2.1.1. На безоплатній основі прийняти здобувачів вищої освіти на практику згідно з графіком навчального процесу.

2.1.2. Призначити наказом кваліфікованих спеціалістів для безпосереднього керівництва практикою здобувачів вищої освіти.

2.1.3. Створити необхідні умови для використання здобувачами вищої освіти програм практики, не допускати використання їх на посадах та роботах, що не відповідають програмі практики та майбутній спеціальності.

2.1.4. Забезпечити здобувачам вищої освіти умови безпечної та нешкідливої роботи на кожному робочому місці. Провести обов'язкові інструктажі з охорони праці, ознайомити з правилами внутрішнього розпорядку Базы практики.

2.1.5. Надати здобувачам вищої освіти можливість користуватись технікою та документацією в межах, що необхідні для виконання календарного плану та програми практики.

2.1.6. Забезпечити облік присутності на Базі практики здобувачів вищої освіти. Про всі порушення ними трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку та інші порушення повідомляти Заклад вищої освіти.

2.1.7. Після закінчення практики дати характеристику на кожного здобувача, в котрій відобразити оцінку проведеної ним роботи та підготовленого звіту.

2.1.8. Надавати здобувачам вищої освіти можливість збору інформації для курсових та дипломних робіт за результатами діяльності підприємства, яка не є комерційною таємницею.

2.2. Заклад вищої освіти зобов'язується:

2.2.1. За місяць до початку практики надати базі практики для погодження програму практики, а не пізніше ніж за два тижні – список здобувачів вищої освіти, які направляються на практику.

2.2.2. Забезпечити своєчасне прибуття практикантів відповідно до п. 1.1. цього Договору з необхідною навчально-методичною документацією.

2.2.3. Призначити керівниками практики кваліфікованих викладачів.

2.2.4. Забезпечити додержання здобувачами вищої освіти трудової дисципліни і правил внутрішнього розпорядку. Брати участь у розслідуванні комісією Базі практики нещасних випадків, якщо вони сталися зі здобувачами вищої освіти під час проходження практики

3. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН ТА ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

3.1. Сторони відповідають за невиконання покладених на них обов'язків щодо організації і проведення практики згідно із законодавством про працю в Україні.

3.2. Усі суперечки, що виникають між сторонами за договором, розв'язуються через переговори між Сторонами.

3.3. Договір набуває чинності у день його підписання сторонами і діє до

_____.

3.4. Договір складений у двох примірниках: по одному – Базі практики і Закладу вищої освіти.

3.5. Договір може бути розірваний кожною із Сторін достроково з попередженням іншої Сторони за один місяць до дня розірвання договору.

4. МІСЦЕЗНАХОДЖЕННЯ ТА РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом»

03039, м. Київ-39,
вул. Фрометівська, 2
тел. (044) 490-95-00
<http://www.maup.com.ua>

_____ **Кирило МУРАВЙОВ**
М.П.

М.П.

Зразок Д

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

ЗВІТ

Про виконання програми _____ практики

Здобувач вищої освіти групи

ПІБ _____

Спеціальність _____

Спеціалізація _____

Освітній рівень _____

База
практики _____

(повна назва підприємства, установи, організації)

Керівник практики від бази практики:

Керівник практики від навчального
закладу:

Звіт захищений з оцінкою: «_____»

«__» _____ 20__ р.

Київ 20_____

**Зразок оформлення змісту звіту
про проходження переддипломної практики**

ЗМІСТ

Пропущено рядок шрифт 14 міжрядковий інтервал 1,5

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... | 5 |
| 1.1 Загальна економіко-організаційна характеристика підприємства/організації/установи..... | 5 |
| 1.2. Аналіз ринку, на якому здійснює свою діяльність підприємство..... | 15 |
| 1.3. Оцінка середовища підприємства та його маркетингової діяльності..... | 25 |
| РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... | 33 |
| 2.1 Актуальність, сутність та значення теми дослідження..... | 33 |
| 2.2 Пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства..... | 40 |
| ВИСНОВКИ..... | 50 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | 59 |
| ДОДАТКИ..... | 61 |

Зразок оформлення ілюстрацій

Структура споживання в Європі така: на частку будівельних і ізоляційних матеріалів припадає основний обсяг ВПС – до 74%, а темпи зростання попиту на будівельні матеріали випереджають незначне зростання попиту на пінополістирольну упаковку (рис.2.3).

Пропущено рядок шрифт 14 міжрядковий інтервал 1,5

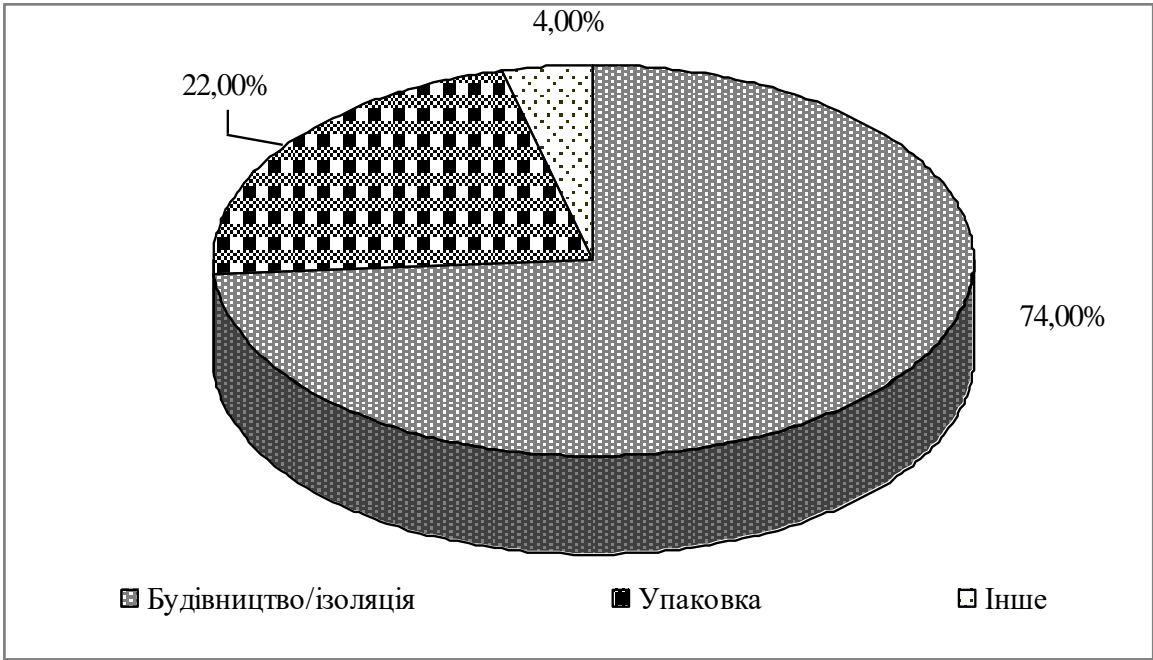


Рис. 2.3. Структура споживання ВПС в Європі

Пропущено рядок шрифт 14 міжрядковий інтервал 1,5

Практично весь ринок полістиролу в Європі належить 4 країнам: Німеччині, Польщі, Італії, Франції. Обсяги споживання піноматеріалів в інших державах сильно поступаються лідерам. Обсяг попиту Німеччини на ВПС в 2015 році перевищив 200 тис. табо 24%, на другому місці – Польща 19%, Італія – 16% та Франція – 15%.

Зразок оформлення таблиць

До прямих збутових каналів належить: укладання прямих контрактів, виставкова торгівля, фірмові магазини, електронна, посилкова торгівля; до непрямих – комісіонерів, брокерів, агентів, дилерські та дистриб'юторські мережі, супер- гіпермаркети тощо (табл.1.1).

Пропущено рядок шрифт 14 міжрядковий інтервал 1,5

Таблиця 1.1

Характеристика різних видів посередників

| Назва | Характеристика означення посередників |
|---------------------|---|
| Прямі контракти | Передбачає безпосередню реалізацію продукції від виробника до споживача без використання торгової площі |
| Виставкова торгівля | Передбачає одноразову чи періодичну реалізацію продукції виробником безпосередньо споживачу в рамках виставки |
| Фірмові магазини | Передбачає облаштування магазину із товаром одного виробника на засадах оренди чи викупу приміщення |
| Електронна торгівля | Передбачає наявність віртуальної торгової площі (інтернет-сайту), цілодобову роботу та доставку продукції згідно із електронним замовленням |
| Посилкова торгівля | Передбачає доставку продукції безпосередньо споживачеві поштою чи іншими організаціями, що забезпечують таку доставку |
| Комісіонер | Збутовий посередник, що діє свого імені, але за рахунок та за дорученням виробника (посередника), отримуючи при цьому винагороду |

-//- границя верхнього колонтитула аркуша, на якому розміщено продовження таблиці

-//-

Продовження таблиці 1.1

| | |
|-------------------------|--|
| Брокер | Торговий посередник, що забезпечує та сприяє укладенню угод між виробником (посередником) і споживачем та отримує за це винагороду |
| Агент | Фізична чи юридична особа, яка здійснює діяльність від імені підприємства та за його рахунок |
| Дилерські мережі | Мережі фізичних чи юридичних осіб, що виконують посередницькі функції за свій кошт і від власного імені |
| Дистриб'юторські мережі | Мережі юридичних чи фізичних осіб, яким надаються переважні чи виключні права на реалізацію продукції виробника на обумовленій території на обумовлений період часу за власний кошт, але від імені виробника |
| Супермаркет | Різновид універсального магазину із системою самообслуговування та розвиненою інфраструктурою, площа якого від 400 м ² і кількість асортиментних позицій продовольчих і непродовольчих товарів понад 2000 од. |
| Гіпермаркети | Різновид універсального магазину із системою самообслуговування та розвиненою інфраструктурою, площа якого від 2500 м ² і кількість асортиментних позицій продовольчих і непродовольчих товарів – понад 10000 од. |

Зразок оформлення формул

Для оцінювання концентрації ринку полістирольних плит використовуємо індекс Герфіндаля-Гіршмана, який показує, яке місце, частку на певному ринку (ринкову частку) займають більш дрібні суб'єкти господарювання у формулі 2.1:

Пропущено рядок шрифт 14 міжрядковий інтервал 1,5

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2 \cdot 100$$

(2.1),

Пропущено рядок шрифт 14 міжрядковий інтервал 1,5

де, i – ранг підприємства в залежності від його частки на ринку
 S_i – частка i -го підприємства в загальному обсязі продажу на ринку.

Пропущено рядок шрифт 14 міжрядковий інтервал 1,5

Цей індекс може мати значення від 0 до 10.000 (або від 0 до 1,000).

Він являє собою суму квадратів ринкових долей усіх компаній певного галузівиду діяльності, причому більше значення індексу означатиме більш концентрований ринок (отже, менше конкуренції та більше ризиків для клієнтів: індекс має значення нижче 0,1 (або 1.000) – незначна концентрація ринку, індекс має значення від 0,1 до 0,18 (або від 1.000 до 1.800) – середня концентрація ринку, індекс має значення вище 0,18 (або 1.800) – висока концентрація ринку.

Зразок оформлення списку використаних джерел

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антипов О. М. Аналіз і оцінка чинників розвитку системи маркетингу на підприємстві / О. М. Антипов, В. В. Аронова // Маркетинг: теорія і практика: зб. наук. пр. / Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2009. – № 15. – С. 10-16.
 2. Апопій В.В. (ред.) Організація торгівлі. Підручник 3-тє вид. / за редакцією Апопія В. В. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 632 с.
- //- продовження списку використаних джерел -//-

Приклади оформлення бібліографічного опису

Книга одного автора:

Должанський. Т.О. Конкурентоспроможність підприємства [Текст] : навч. посібник / Т. О. Должанський. Загорна. - К. : Центр навчальної літератури, 2006. - 384 с.

Законодавчі та нормативні документи:

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV зі змінами, внесеними згідно із Законом України № 5060-VI від 05.07.2012 р. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>. Назва з екрана.
2. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України [Електронний ресурс]: наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29.10.2013 № 1277 / Міністерство економічного розвитку і торгівлі. – Режим доступу : http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=38738. – Назва з екрана.

Книга авторського колективу у складі від двох і більше осіб:

1. Маркетинг: навчальний посібник / П. А. Орлов, С. І. Косенков, Т. П. Прохорова та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2012. – 528 с.
2. Управління інноваційною діяльністю в економіці України : колективна наук. монографія / За наук. ред. д.е.н., проф. С. А. Єрохіна. - К. : Національна академія управління, 2008. - 116 с.

Підручники:

Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. – К. «ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.

Словники, довідники:

Економічна енциклопедія (у трьох томах). Том 2. Відп. редактор С. В. Мочерний. –К.:Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
Багатотомні видання:
Основи фінансового менеджмента : в 2 т. Т. 1 / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1999. – 592 с. – (Бібліотека фінансового менеджера).

Дисертації, автореферати:

Когут, Ю.О. Менеджмент бізнес-процесів автотранспортних підприємств [Текст] : дис. ... канд. економ. наук : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Ю. О. Когут. – Х. : УкрДАЗТ, 2011. – 249 с.

Статті з газети чи журналу:

Ярова І. Інтернет як інструмент просування продукції промислових підприємств // Економіка України. - 2010. - №12. - С. 48-53.

Макаренко М.В. Підвищення конкурентоспроможності промислової продукції шляхом застосування ефективної маркетингової концепції збуту // Актуальні проблеми економіки.-2008.-№1(79) .-с.26-34.

Електронні ресурси:

Белявцев М. І. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: pidruchniki.ws/15840720/marketing/marketingoviy_menedzhment-belyavtsev_mi

Зразок оформлення додатка

-//- границя верхнього колонтитула сторінки -//-

Додаток А

Таблиця А 1

Основні техніко-економічні показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Ратмір» за 2016-2018 роки

| Показники | Звітний період | | | Абсолютне відхилення (+,-) | | Темп росту, % | |
|--|----------------|----------|----------|----------------------------|---------------|---------------|--------------|
| | 2016 рік | 2017 рік | 2018 рік | 2017 від 2016 | 2018 від 2017 | 2017 до 2016 | 2018 до 2017 |
| Чиста виручка від реалізації продукції, тис. грн. | 8212,00 | 9042,00 | 9503,00 | 830,00 | 461,00 | 10,11 | 5,10 |
| Собівартість реалізованої продукції, тис. грн. | 6580,00 | 7514,00 | 8239,00 | 934,00 | 725,00 | 14,19 | 9,65 |
| Витрати на 1 грн. продукції, коп. | 51,90 | 54,10 | 55,20 | 2,20 | 1,10 | 4,24 | 2,03 |
| Валовий прибуток/збиток (+-), тис. грн. | 1632,00 | 1428,00 | 1264,00 | - 204,00 | - 164,00 | -12,50 | - 11,48 |
| Фінансові результати від звичайної діяльності, тис. грн. | 218,00 | 296,00 | 217,00 | 78,00 | -79,00 | 35,78 | - 26,69 |
| Чистий прибуток/збиток (+-), тис. грн. | 158,00 | 222,00 | 154,00 | 64,00 | -68,00 | 40,51 | - 30,63 |
| Середньооблікова чисельність штатних працівників, осіб | 109,00 | 121,00 | 144,00 | 12,00 | 23,00 | 11,01 | 19,01 |
| Середньомісячна заробітна плата одного працюючого, грн. | 2565,40 | 3153,40 | 3988,20 | 588,00 | 834,80 | 22,92 | 26,47 |
| Дебіторська заборгованість за продукцію на кінець року, тис. грн. | 101,00 | 370,00 | 510,00 | 269,00 | 140,00 | 266,34 | 37,84 |
| Кредиторська заборгованість за продукцію на кінець року, тис. грн. | 409,00 | 109,00 | 164,00 | - 300,00 | 55,00 | -73,35 | 50,46 |

Таблиця К 2

Аналіз показників платоспроможності ТОВ «Ратмір» (2016-2018 рр.)

| Показник | Норматив | 2016 рік | | 2017 рік | | 2018 рік | |
|---|----------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | Рівень показника | Відхилення (+,-) | Рівень показника | Відхилення (+,-) | Рівень показника | Відхилення (+,-) |
| Коефіцієнт загальної платоспроможності | >2 | 1,2 | -0,8 | 2,6 | +0,6 | 2,2 | +0,2 |
| Коефіцієнт швидкої ліквідності | 0,8-1,0 | 1,7 | +0,7 | 3,3 | +2,3 | 3,0 | +2,0 |
| Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності) | >2 | 1,2 | -0,8 | 2,6 | +0,6 | 2,2 | +0,2 |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності | >0,2 | 0,5 | +0,3 | 0,7 | +0,5 | 0,2 | 0 |