



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**Кафедра економічної теорії, маркетингу та
економічної кібернетики**

**ПРОГРАМА
ДО ПРОХОДЖЕННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ**

Для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
Освітньо-професійної програми «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
усіх форм навчання

Кропивницький – 2021

Програма до проходження переддипломної практики для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг» усіх форм навчання/ Укл.: С. Романчук. – Кропивницький: ЦНТУ, 2021. – 31 с.

Укладач: Романчук С.А., к.т.н., доц. ЕТМЕК

Рецензент: Жовновач Р.І., д.е.н.,
проф. каф. ЕТМЕК, ЦНТУ

Затверджено на засіданні
кафедри ЕТМЕК, протокол № 1
від 27.08.2021 р.

Затверджено НМК ЦНТУ
протокол № 16 від 05.10.2021 р.

ЗМІСТ

	стор.
Вступ	4
1 Загальні положення	7
1.1 Організація та обґрунтування проведення переддипломної практики	7
1.2 Нормативне забезпечення проведення переддипломної практики	9
2 Зміст практики	10
2.1 Мета і завдання переддипломної практики	11
2.2 Бази переддипломної практики	12
2.3 Організація та керівництво переддипломною практикою	12
2.4 Індивідуальне завдання	15
3 Підсумки переддипломної практики	18
3.1 Правила ведення і оформлення щоденника	18
3.2 Оформлення звіту з переддипломної практики	18
3.3 Оцінка результатів переддипломної практики	24
Додаток А Зразок гарантійного листа з підприємства (організації)	28
Додаток Б Рекомендована форма індивідуального завдання на переддипломну практику	29
Додаток В Перелік джерел для збору та опрацювання інформації для написання звіту з практики	30
Додаток Д Зразок оформлення титульної сторінки звіту	32

ВСТУП

Важливим питанням у практичній підготовці майбутніх фахівців є забезпечення її неперервності та послідовності у набутті необхідного обсягу практичних знань, умінь і навичок відповідно до освітнього ступеня магістр. Саме на це спрямований такий напрямок підготовки здобувачів вищої освіти як практика.

Практика здобувачів вищої освіти у цілісному навчально-виховному процесі передбачає:

- оволодіння різноманітними видами професійної діяльності;
- отримання особистого досвіду роботи у різних професійних ролях;
- самовдосконалення у професійній майстерності.

Очікуваними результатами проходження переддипломної практики є:

- знання основ функціонування відділу маркетингу в організації;
- вміння працювати з емпіричною базою дослідження (складання програми і плану дослідження, постановка і формулювання завдань дослідження, визначення об'єкта дослідження, вибір методики дослідження, вивчення методів збору й аналізу даних);
- уміння застосовувати на практиці методики спостереження та опитування;
- уміння відбирати релевантну інформацію, для прийняття управлінських рішень, готувати й обґрунтовувати висновки проведених досліджень.

Проходження переддипломної практики передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей:

(ЗК – загальних, СК – спеціальних (фахових)), що є складовою відповідності студентів зазначеної спеціальності освітньо-кваліфікаційним таким компетенціям:

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

Результати навчання. Програмні результати навчання, для формування яких передбачено виконання переддипломної практики:

P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

P16. Вміти розробляти, планувати, та здійснювати практичну реалізацію інноваційних заходів в маркетинговій діяльності підприємства /організації

P17. Використовувати методи економіко-математичного моделювання, новітні інформаційні, комунікаційні технології для розв'язання професійних завдань та інформаційно-аналітичної підтримки прийняття маркетингових рішень.

P18. Вміти розробляти, планувати, організовувати та впроваджувати заходи цифрового маркетингу, маркетингу інформаційних продуктів та послуг.

1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1 Організація та обґрунтування проведення переддипломної практики

Однією з найважливіших форм підготовки здобувачів вищої освіти-випускників, а також загальним підсумком навчання та підготовки до написання магістерської дипломної роботи є переддипломна практика.

Практика здобувачів вищої освіти ОС «Магістр» ЦНТУ зі спеціальності 075 «Маркетинг» є невід'ємною складовою освітньо-професійної програми підготовки фахівців. Вона спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих за час навчання, набуття і удосконалення практичних навичок і умінь за спеціальністю 075 «Маркетинг», сприяє їх розширенню та поглибленню. Практика покликана скоротити термін адаптації молодого фахівця (випускника факультету економіки та управління за професійним спрямуванням «Маркетинг») до реального підприємства чи організації після закінчення Центральноукраїнського національного технічного університету. Під час практики здобувачі вищої освіти не тільки оволодівають сучасними формами і методами роботи в сфері маркетингу на базі конкретної організації чи підприємства, але й мають можливість безпосередньо впливати на систему маркетингу об'єкту практики шляхом її дослідження, аналізу, вияву сильних та слабких сторін і формулювання рекомендацій щодо вдосконалення діяльності в рамках дипломної роботи за результатами проходження переддипломної практики. Тобто сучасний рівень освіти передбачає активне, а не пасивне проходження здобувачем вищої освіти переддипломної практики.

Зміст переддипломної практики, яку проходять здобувачі вищої освіти 6 курсу, розкриває систему практичної підготовки зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітнім ступенем магістр.

Переддипломна практика магістрів проводиться для здобувачів вищої освіти всіх форм навчання згідно з навчальним планом. У таблиці 1.1.1 наведено зміст практики, який необхідно відобразити в щоденнику.

Таблиця 1.1.1 – План проходження переддипломної практики магістрами спеціальності 075 «Маркетинг»

№ п/п	Види робіт, що виконуються	Термін виконання
1	Інструктивна нарада і вручення документації на кафедрі. Ознайомлення з вимогами до ведення документації з переддипломної практики	
2	Оформлення на базі практики	
3	Проходження інструктажу щодо правил внутрішнього розпорядку, техніки безпеки і охорони праці на підприємстві.	
4	Ознайомлення з підприємством	
4.1	Вивчення організаційної структури, структури управління підприємством (установою, організацією), виробництва. Написання розділу звіту	
4.2	Збір і обробка економічних показників бази практики. Написання розділу звіту	
4.3	Аналіз фактичних даних щодо господарчої діяльності. Написання розділу звіту	
5	Виконання індивідуального завдання. Написання розділу звіту	
6	Оформлення звіту, щоденника та інших документів щодо практики	
7	Захист звіту і здача заліку з практики	
	Разом	

Здобувачі вищої освіти всіх форм навчання проходять переддипломну практику у терміни, визначені графіком навчального процесу.

Здобувачі вищої освіти, які працюють на посадах, що пов'язані з маркетинговою діяльністю, можуть звільнитись від проходження переддипломної практики. Рішення про звільнення від проходження переддипломної практики приймається на підставі заяви здобувача

вищої освіти, погодженої завідувачем кафедри «ЕТМЕК».

Переддипломна практика є заключним етапом підготовки фахівців з вищою освітою перед виконанням магістерської дипломної роботи, під час якого перевіряються надбані теоретичні знання й відпрацьовуються професійні навички та вміння. Як правило, вихідні дані до теми дипломної роботи здобувачі вищої освіти починають збирати під час проходження виробничої (фахової) практики і завершують під час переддипломної практики.

Оскільки переддипломна практика зі спеціальності передуює написанню дипломної роботи за освітнім ступенем «магістр», то закріплення здобувачів вищої освіти за певною базою практики повинно здійснюватись відповідно до тематики дипломної роботи з урахуванням особливостей об'єкта та предмета дослідження. Це дасть змогу здобувачам вищої освіти зосередити увагу на всебічному вивченні досвіду роботи підприємства та використовувати зібрані матеріали для написання дипломної роботи.

1.2 Нормативне забезпечення проведення переддипломної практики

Програма практики, у відповідності до якої організоване проходження переддипломної практики здобувачами вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» ОС «Магістр» складається на підставі:

- Закону України «Про вищу освіту»;
- стандарту вищої освіти для спеціальності 075 «Маркетинг» від 2017 р.;
- освітньо-професійної програми від 2013 р.;
- освітньо-кваліфікаційних характеристик;
- положення про проведення практики студентів Центрально-українського національного технічного Університету від 04.12.2003 (затверджено наказом № 420);
- навчального робочого плану зі спеціальності 075 «Маркетинг»;
- програми практики;
- інструкцій, які враховують особливості навчання з конкретної спеціальності чи спеціалізації;
- інструкцій з охорони праці та навколишнього середовища.

2. ЗМІСТ ПРАКТИКИ

2.1 Мета і завдання переддипломної практики

Переддипломна практика спрямована на закріплення, поглиблення та зміцнення отриманих під час навчання в університеті знань, надбання професійних вмінь та навичок, оволодіння сучасними методами, формами організації наукової та економічної роботи, розрахунково-аналітичними операціями, управлінськими процедурами та технічними засобами виконання робіт, формування у здобувачів вищої освіти професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи в реальних виробничих умовах, виховання потреби систематичного поновлення своїх знань та творчого їх застосовування в майбутній сфері діяльності випускника.

Метою проведення переддипломної практики є: формування загальних і спеціальних компетентностей; закріплення, поглиблення та доповнення теоретичних знань, одержаних при вивченні спеціальних дисциплін; набуття досвіду самостійної практичної діяльності.

Основними завданнями проходження переддипломної практики є:

- ознайомлення із майбутньою професією маркетолога;
- вивчення практичної організації діяльності господарюючих суб'єктів та принципів їх функціонування;
- отримання навиків використання теоретичних знань на практиці та побудови конструктивних висновків, на підставі аналізу показників діяльності господарюючих суб'єктів;
- апробація наукових досліджень, проведених під час навчання у ВНЗ у відповідних сферах господарювання;
- отримання практичного досвіду роботи;
- підбір і систематизація матеріалу для виконання дипломної роботи;
- підготовка і написання звіту про проходження переддипломної практики в організації;
- визначення майбутніх перспектив своєї професійної діяльності.

Тематичну складову переддипломної практики спрямовано передусім на підготовку магістерської дипломної роботи з певної теми, тому її зміст є більш спеціалізованим у порівнянні з іншими

видами практики і полягає у збиранні необхідного матеріалу, його вивченні та опрацюванні, перевірці дієвості запропонованих пропозицій і рекомендацій. Даний вид практики, в першу чергу, зорієнтовано на вивчення господарського механізму функціонування підприємства (організації), його зовнішнього середовища, проблем розвитку і взаємодії двох рівнів – підприємства в цілому та його підрозділів.

2.1 Бази переддипломної практики

Усі види практичної підготовки здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» проводяться на підприємствах (організаціях) виробничої та невиробничої сфер, що є юридичними особами. За погодженням з завідувачем кафедри «Маркетинг та логістика» в окремих випадках переддипломна практика може проводитися в науково-дослідних, проектних інститутах та на профільюючих кафедрах.

При підготовці магістрів за цільовими договорами з підприємствами (організаціями), бази практики передбачаються в цих договорах. В тих випадках, коли підготовка магістрів здійснюється за заявами фізичних осіб, бази практики забезпечуються університетом або цими особами, що визначаються умовами договору. Направлення на практику оформлюється в одному примірнику керівником практики від університету.

Здобувачі вищої освіти можуть самостійно з дозволу кафедр обирати для себе місце проходження переддипломної практики і пропонувати його для використання. Допускається проходження переддипломної практики в комерційних та в некомерційних структурах, що мають безпосереднє відношення до одержуваної здобувачами вищої освіти спеціальності. Здобувач вищої освіти може проходити переддипломну практику на обраному підприємстві (в організації, установі), якщо університетом буде отримано лист з проханням направити його саме на це підприємство в терміни практики. Здобувачі вищої освіти, які самостійно обрали собі базу практики, повинні підтвердити цей факт гарантійним листом з підприємства – бази практики. Листи оформлюються у двох примірниках, один з яких залишається на кафедрі, а інший – на

підприємстві-базі практики. Приклад оформлення гарантійного листа наведено у Додатку А.

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

- наявність структур, робота яких відповідає спеціальності «Маркетинг»;
- можливість кваліфікованого керівництва практикою здобувачів вищої освіти;
- можливість надання здобувачам вищої освіти на час практики робочих місць;
- готовність забезпечити доступ до інформації, необхідної для написання дипломної роботи зі спеціальності «Маркетинг»
- можливість наступного працевлаштування випускників ЦНТУ.

База практики, на матеріалах якої пишеться дипломна робота магістра, обирається залежно від її теми, можливостей збору матеріалу, побажань і рекомендацій керівництва підприємства. Це може бути будь-який структурний підрозділ підприємства або ж організації, підприємство в цілому, або ж взагалі галузь, певна функція маркетингу тощо. Чим нижче рівень підрозділу, що приймається як об'єкт досліджень, тим більш детальним повинен бути аналіз, тим більше можливостей для самостійних досліджень у реальному виробничому середовищі. Разом з тим, ряд тем передбачає вибір об'єкту досліджень тільки на рівні підприємства, наприклад, теми з питань комплексу маркетингу, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингової комунікаційної політики, зовнішньоекономічної діяльності тощо.

2.2. Організація та керівництво переддипломною практикою

Переддипломна практика проводиться в індивідуальній формі. Індивідуальна форма – це безпосереднє вивчення кожним здобувачем вищої освіти програмних питань переддипломної практики, виконання відповідних розрахунків, проведення досліджень, необхідних для підготовки звіту про переддипломну практику і написання дипломної роботи магістра.

Наказом ректора ЦНТУ про проведення переддипломної практики здобувачів вищої освіти визначається:

- місце та терміни проведення переддипломної практики;

- склад студентських груп;
- відповідальні керівники (відповідають за організацію практики та перевірку підсумкового звіту за її результатами).

Перед початком переддипломної практики здобувач вищої освіти має отримати:

- програму практики;
- індивідуальне завдання;
- щоденник з практики.

На початку переддипломної практики здобувачі вищої освіти повинні пройти інструктаж з охорони праці в галузі, ознайомитися з правилами внутрішнього трудового розпорядку підприємства, порядком отримання документації та матеріалів.

В обов'язки завідувача кафедри входить:

- здійснення організаційного керівництва переддипломною практикою здобувачів вищої освіти і контроль за її проведенням;
- призначення з числа досвідчених викладачів керівників переддипломної практики від кафедри;
- забезпечення здобувачів вищої освіти необхідною навчально-методичною документацією з питань проходження практики;

В обов'язки керівника переддипломної практики від кафедри входить:

- контроль підготовленості баз практики (перед початком переддипломної практики);
- забезпечення проведення організаційних заходів перед направленням здобувачів вищої освіти на переддипломну практику: інструктаж про порядок проходження переддипломної практики та з техніки безпеки; видача здобувачам вищої освіти необхідних документів (направлення, програма, щоденник, календарний план, індивідуальне завдання, тема дипломної роботи, методичні рекомендації щодо оформлення звітної документації тощо), перелік яких встановлює ЦНТУ;
- інформування здобувачів вищої освіти про порядок надання звітів про переддипломну практику;
- розроблення тематики індивідуального завдання, яка враховує тему дипломної роботи;
- методичне керівництво роботою здобувачів вищої освіти з написання звіту про проходження переддипломної практики, аналізу зібраних матеріалів;

- перевірка звітів і щоденників здобувачів вищої освіти по завершенні переддипломної практики, написання відгуку про їх роботу;

- прийняття у складі комісії заліку з переддипломної практики, на підставі результатів якого здійснюється оцінка практики здобувача вищої освіти, його атестація та виставлення оцінки в залікову книжку;

- підготовка звіту про підсумки проходження переддипломної практики, обговорення їх на засіданні кафедри;

- вживання необхідних виховних та адміністративних заходів щодо здобувачів вищої освіти, які порушують правила внутрішнього трудового розпорядку підприємства та повідомлення про це завідувача кафедри.

Керівник переддипломної практики від підприємства призначається керівником цього підприємства з числа кваліфікованих фахівців.

В обов'язки керівника переддипломної практики від підприємства входить:

- організація практики згідно з програмами практики;

- знайомлення здобувачів вищої освіти з правилами техніки безпеки і охорони праці;

- забезпечення і контроль дотримання практикантами правил внутрішнього розпорядку;

- визначення місця практики, забезпечення найбільшої ефективності її проходження;

- забезпечення виконання погоджених з навчальним планом графіків проходження практики за структурними підрозділами підприємства;

- надання практикантам можливості користуватись наявною літературою, необхідною документацією;

- створення необхідних умов для засвоєння практикантами нової техніки, передової технології, сучасних методів організації праці;

- контроль виконання Кодексу законів про працю України тощо;

- складання короткого відгуку про роботу кожного практиканта.

У відгуку відзначається виконання здобувачем вищої освіти програми практики, його ставлення до роботи, трудової дисципліни, рівень оволодіння виробничими навичками та ін. Керівники не повинні допускати колективного виконання здобувачами вищої освіти однієї і тієї ж роботи.

В обов'язки здобувача вищої освіти під час проходження переддипломної практики входить:

- участь в організаційних заходах перед початком переддипломної практики, одержання необхідної документації, індивідуального завдання, консультації щодо оформлення всіх необхідних документів;
- своєчасне прибуття на базу практики;
- погодження з керівником переддипломної практики від підприємства графіку виконання програми та його дотримання;
- погодження з керівництвом підприємства (організації) місця практики, посади, яка буде займатися, під час її проходження;
- дотримання правил внутрішнього трудового розпорядку, вимог трудового законодавства, передбачених для працівників бази практики.

2.2 Індивідуальне завдання

Індивідуальне завдання розробляється керівником переддипломної практики від кафедри (який є керівником дипломної роботи) і видається кожному здобувачеві вищої освіти.

Зміст індивідуального завдання повинен враховувати конкретні умови та можливості підприємства (організації, установи), відповідати потребам виробництва і одночасно відповідати цілям і завданням дипломування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Крім того, індивідуальне завдання має відповідати здібностям і теоретичній підготовці магістрантів, враховувати їх навички до аналітичної та наукової роботи.

Індивідуальне завдання складається в довільній формі (рекомендована форма індивідуального завдання наводиться в додатку Б) і залежить від теми дипломної роботи магістра, об'єкту, предмету та завдань дипломного дослідження. Тому, перш ніж приступити до розробки індивідуального завдання на переддипломну практику, слід визначитися з вищезазначеними елементами дипломної роботи та скласти попередній план дипломної роботи магістра. Це дасть можливість розробити якісне індивідуальне завдання та визначитися зі змістом, обсягом звіту з практики, документацією, що потрібна для написання дипломної роботи, та уникнути труднощів при написанні практичної (другої, аналітичної) частини дипломної

роботи. Слід зазначити, що індивідуальне завдання за потреби може змінюватися під час проходження переддипломної практики, але ці зміни обов'язково узгоджуються з науковим керівником.

Найбільш загальними завданнями при проходженні переддипломної практики є:

- вивчення структури підприємства, наявності маркетингового підрозділу та його місця в загальній структурі підприємства, технології виробництва, загальних функцій виробничих, економічних та управлінських підрозділів;
- вивчення та аналіз планування виробництва продукції та її збуту;
- вивчення матеріально-технічного забезпечення виробництва товарів та надання послуг;
- оцінка маркетингової складової в діяльності підприємства;
- оцінка номенклатури і якості випускаємої продукції або послуг;
- вивчення механізму формування витрат та ціноутворення;
- визначення фінансових результатів діяльності підприємства;
- оцінка соціальної ефективності виробничої та управлінської діяльності;
- аналіз інформаційного забезпечення маркетингової діяльності на підприємстві;
- оцінка процесу прийняття рішень з удосконалення управління маркетингу на підприємстві;
- аналіз організації виконання рішень тощо.

Мета аналізу маркетингової діяльності підприємства – виявлення проблем. Для проведення аналізу можуть бути використані такі методи як: PEST–аналіз, SWOT–аналіз, SNV–аналіз, портфельний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, факторний аналіз, коефіцієнтний аналіз, методи фінансового аналізу, інтерв'ю зі співробітниками підприємства (організації) та інші методи польових та кабінетних досліджень.

Під час проходження переддипломної практики основна увага приділяється економічним аспектам діяльності підприємства. Вивчаються установчі документи, бізнес-плани і їхні варіанти, контракти, договори, угоди і вся документація з господарчої діяльності.

Під час проходження переддипломної практики магістрант повинен, по-перше, провести наукові дослідження, діагностику маркетингової системи підприємства чи структурних підрозділів, розробити рекомендації з удосконалення маркетингової діяльності; по-друге, приймати участь у роботі підрозділу підприємства (магістрант переймає досвід та бере участь у розробці стратегічних та тактичних завдань підприємства (підрозділу), у плануванні та організації діяльності підприємства; за дорученням керівника здійснювати поточний контроль за діяльністю структурного підрозділу, підтримувати зв'язок з іншими підрозділами підприємства; з дозволу керівника підрозділу проводити виробничі наради; брати участь в обговоренні окремих проблем, що потребують вирішення та намагатися набути навичок ділового спілкування; допомагати керівникові підрозділу в складанні звітних документів та оперативної інформації щодо діяльності підрозділу; спонукати працівників до ефективної діяльності; розробляти пропозиції щодо впровадження заходів з поліпшення діяльності у підрозділі тощо); по-третє, провести необхідні «польові» дослідження і зібрати матеріал, необхідний для написання звіту та подальшого його використання при написанні дипломної роботи.

При підготовці звіту з переддипломної практики здобувачі вищої освіти повинні використовувати методологію наукових досліджень, методологію прикладних досліджень у маркетингу, інструментарій стратегічного маркетингу, інструментарій маркетингових досліджень, економіко-статистичні методи (при оброблюванні даних), методи прогнозування та інші.

Під час проходження переддипломної практики практиканту рекомендується ознайомитися з вітчизняною та зарубіжною літературою, Інтернет-джерелами, в яких висвітлюється досвід діяльності організацій з теми дипломного дослідження. Також слід вивчити нормативно-правові акти, постанови, інструкції і методичні вказівки, що регламентують діяльність підприємства.

3 ПІДСУМКИ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

3.1 Правила ведення і оформлення щоденника

Щоденник є основним документом здобувача вищої освіти на час проходження переддипломної практики. У щоденник коротко записується все, що зроблено здобувачем вищої освіти відповідно до плану переддипломної практики.

Після завершення переддипломної практики заповнений щоденник подається для підпису керівникам практики від навчального закладу і бази практики.

Оформлений щоденник з печаткою підприємства, відгуками та підписами керівників, здобувач вищої освіти повинен надати комісії навчального закладу.

Без заповненого щоденника переддипломна практика не зараховується.

3.2 Оформлення звіту з переддипломної практики

Результати проходження практики здобувач вищої освіти-магістрант оформляє як письмовий звіт. Він повинен мати чітку побудову, логічну послідовність, переконливу аргументацію, доказовість висновків і обґрунтованість рекомендацій.

В основу звіту повинні бути покладені ретельно відібрані, достовірні, систематизовані і узагальнені дані. У процесі збору і первинного опрацювання матеріалу слід звертати увагу на кількісну відповідність аналогічних даних у різних джерелах, що підтверджує їх релевантність. При цьому важливо використовувати здобуті в університеті знання з маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингових комунікацій тощо.

Джерелами інформації для проведення аналізу (оцінки) результатів діяльності підприємства, підготовки звіту про результати проходження переддипломної практики, написання магістерської дипломної роботи є матеріали, наведені в додатку В, а також плани і звіти про результативність різних напрямів господарської діяльності, дані оперативного статистичного і бухгалтерського обліку, опитування і спостереження на робочих місцях, інша оперативна і

періодична документація, корпоративна преса, виступи керівників та спеціалістів підприємства.

Збираючи та опрацьовуючи матеріал, необхідно дослідити якомога більше нового з того, що з'явилося у практиці господарювання в даній галузі, передовий досвід, нормативні документи. З урахуванням цих матеріалів здійснюється аналітичне оцінювання діяльності підприємства у досліджуваному напрямі, з'ясовуються шляхи і обґрунтовуються конкретні заходи щодо підвищення ефективності його функціонування і розвитку.

Звіти здобувачів вищої освіти зберігаються на кафедрі маркетингу та логістики до завершення навчання в університеті.

Обсяг звіту – до 30 сторінок тексту (без врахування додатків).

У звіт включаються:

- титульна сторінка;
- зміст;
- вступ;
- загальна характеристика організації;
- аналіз маркетингового середовища організації (зовнішнього та внутрішнього);
- індивідуальне завдання;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки.

Титульная сторінка. Приклад оформлення титульної сторінки наведено у додатку Д.

Зміст. Містить перелік структурних розділів звіту з посиланням на сторінки.

Вступ. У вступі розглядаються проблеми розвитку галузі, її стан на поточний період, характеризуються цілі, завдання, організаційні основи, принципи побудови господарюючої структури. При цьому розглядаються поточні та довгострокові завдання.

Загальна характеристика організації (установи, підприємства та ін.). У розділі розглядається організаційно-правова форма підприємства, історія його створення та розвитку, зазначається місцезнаходження. Досліджується система управління, структура підприємства, надається характеристика підрозділів, покладених на них функції, взаємозв'язки між ними; розкриваються основні види діяльності та послуги, що надаються, основні операції.

Аналіз маркетингового середовища організації. Передбачає огляд маркетингового середовища у розрізі компонент що його складають.

Індивідуальне завдання. Видається керівником переддипломної практики у відповідності до обраної теми магістерської дипломної роботи.

Висновки. На закінчення звіту необхідно зробити висновки про стан підприємства, виявити сильні і слабкі сторони його діяльності, показати можливості ефективної роботи, відмітити рівень виконання поставлених у вступі мети і завдань.

Список використаних джерел містить джерела на які є посилання у звіті;

Додатки. Використовуються у разі потреби продемонструвати таблиці, рисунки, схеми, діаграми, документацію, ілюстраційний матеріал не включені до основної частини звіту.

На розсуд керівника переддипломної практики від кафедри замість деяких розділів тематичного плану здобувачу вищої освіти може бути запропоновано поглиблене вивчення тих розділів, що безпосередньо пов'язані з обраною темою магістерської дипломної роботи.

Звіт і щоденник переддипломної практики повинні бути завірені печаткою та підписом керівника переддипломної практики від підприємства, організації, установи.

Звіт про переддипломної практику необхідно оформити з дотриманням наступних вимогами:

- текст звіту має бути надрукований на комп'ютері з одного боку аркуша паперу формату А4 (1,5 інтервал, шрифт Times New Roman, 14 кегль, формули виконані у редакторі Times New Roman Symbol, рисунки у редакторі Microsoft Exel та Microsoft Graft, рисунки мають бути згруповані);

- сторінки звіту нумеруються у правому верхньому куті;

- сторінка тексту обмежується полями: з лівого боку – 30 мм, з правого боку – 10 мм, зверху – 20 мм, знизу – 20 мм. Відстань між заголовком і текстом – 1,5 інтервали;

- текст кожного структурного елементу звіту починається з нової сторінки;

- розділи та підрозділи звіту з практики нумеруються арабськими цифрами послідовно по всьому тексту;

- заголовки розділів друкуються великими літерами симетрично до тексту звіту, без крапки в кінці, без підкреслювання;
- заголовки підрозділів друкуються з абзацного відступу, з великої літери, без крапки в кінці, без підкреслювання.

Оформлення таблиць.

На всі таблиці, які наведені в тексті звіту, мають бути посилання: Номер таблиці складається зі слова «Таблиця», порядкового номеру розділу та порядкового номеру таблиці у межах розділу (рис. 3.2.).

Таблиця 1.4

Динаміка витрат на маркетинг у 2018-2021 рр., тис. грн.

Види витрат	Роки			
	2018	2019	2020	2021
Прямі	20,0	22,0	29,0	36,0
Опосередковані	10,0	12,0	15,7	22,9

Рисунок 3.2. – Приклад оформлення таблиці

Заголовки граф і рядків таблиці слід друкувати з великої літери, підзаголовки граф – з малої літери, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великої літери, якщо вони мають самостійне значення. В кінці заголовків і підзаголовків крапки не ставляться. Таблицю залежно від розміру розміщують під текстом, у якому вперше на неї посилаються, або на наступній сторінці. Допускається розміщувати таблиці вздовж довгого боку аркуша паперу.

Якщо таблиця переноситься на наступні сторінки, то в першій її частині проставляють номери граф; нижню горизонтальну лінію не проводять; на наступних сторінках друкують справа «Продовження табл.» та її номер, проставляють номери граф відповідно до першої частини таблиці.

У таблицях слід обов'язково зазначати одиницю виміру. Якщо всі одиниці виміру є однакові для всіх показників таблиці, вони наводяться у заголовку. Одиниці виміру мають наводитися у відповідності до стандартів. Числові величини у таблиці повинні мати однакову кількість десяткових знаків.

Оформлення формул.

Формули нумеруються арабськими цифрами наскрізно по тексту за виключенням додатків.

$$Q_r = n_r \times q_r \times p, \quad (1)$$

де Q_r – ємність реального ринку;
 n_r – кількість реальних покупців;
 q_r – кількість покупок продукції середнім реальним покупцем;
 p – ціна одиниці продукції;

Рівняння і формули треба виділяти з тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули потрібно залишати один рядок 1,5 інтервалу. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знака рівності (=) або після знаків плюс (+), мінус (-), множення (x) і ділення (:).

Номер формули друкується в круглих дужках на рівні формули з вирівнюванням праворуч. У формулі, як символи фізичних одиниць, слід застосовувати позначення, встановлені відповідними стандартами або іншими документами.

Пояснення символів і числових коефіцієнтів, що входять до формули, наводяться під формулою. Пояснення кожного символу слід наводити з нового рядка в тій послідовності, в якій їх наведено у формулі. Перший рядок пояснення починається зі слова «де».

Посилання у тексті на формули (їх порядкові номери) подають у дужках, наприклад: у формулі (1).

Оформлення ілюстративного матеріалу.

До ілюстрацій відносять: схеми, графіки, діаграми, карти, креслення, фотографії, тощо. Ілюстрації подаються у роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Графічний матеріал нумерується арабськими цифрами наскрізно по текстом звіту за виключенням додатків, супроводжується підписом «Рис.» та розміщуються безпосередньо під ілюстрацією з вирівнюванням по центру (приклад наведено на рис. 3.2.). Відстань між текстом та рисунком, а також між назвою рисунку і текстом має

дорівнювати один рядок 1,5 інтервалу. На всі ілюстрації мають бути посилання в тексті. Якщо ілюстрації, що розміщено в роботі, створені не автором, необхідно, подаючи їх у роботі, вказати у квадратних дужках використане джерело.

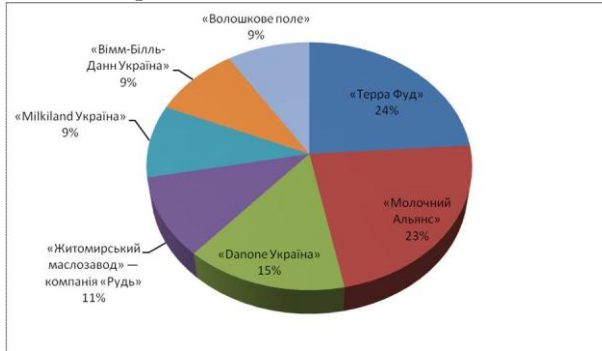


Рис. 3.1 Виробники молочної продукції в 2021 році, % [27]

Рисунок 3.2. – Приклад оформлення рисунку

Деталізація.

Перерахування чи деталізація тексту, за необхідності, може бути наведена усередині підрозділів. При першому рівні перерахування перед кожною позицією варто ставити малу літеру українського алфавіту з дужкою. При другому рівні перерахування – варто нумерувати.

Приклад:

- а) споживчий ринок;
- б) ринок організацій:
 - 1) ринок продукції виробничо-технічного призначення;
 - 2) ринок перепродажів;
 - 3) ринок державних установ.

Перерахування першого рівня друкують малими літерами з абзацного відступу (1,25 мм), другого рівня – з абзацним відступом (1,25 мм) щодо місця розташування перерахувань першого рівня.

Оформлення додатків.

Додатки позначають великими літерами української абетки, починаючи з А, за винятком літер Г, Є, З, І, Й, О, Ч.

Кожний додаток слід починати з нової сторінки із зазначенням зверху посередині слова «Додаток» і його номера. Нижче з великої літери по центру друкується заголовок матеріалу додатку.

Текст кожного додатку за необхідністю може бути поділений на розділи і підрозділи, які нумерують у межах кожного додатку. У цьому разі перед кожним номером ставлять позначення додатку (літеру) і крапку, наприклад, «А.2» (другий розділ додатку А); «В.3.1» (перший підрозділ третього розділу додатку В).

Оформлення використаної літератури та інших джерел інформації.

Під час роботи з різними джерелами науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, оскільки найменше скорочення сповторити зміст, викладений автором. Після наведення у тексті інформації запозиченої зі спеціальної літератури, відповідних інструкцій, стандартів, нормативних актів, статистичних матеріалів (положення, таблиці, схеми, графіки, висновки і т. ін.) слід обов'язково робити посилання (у квадратних дужках) на порядковий номер джерела в списку використаної літератури та номери сторінок, з яких узято інформацію. Наприклад: [6, с.11-12], де 6 – порядковий номер джерела; 11, 12 – сторінки джерела.

Література наводиться наступним чином:

- Закони України, розпорядження, постанови і т.п.;
- українськомовні та російськомовні видання в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків;
- література видана іноземними мовами в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків;

Кожне джерело наводиться згідно його бібліографічних даних.

3.2 Оцінка результатів переддипломної практики

Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти звітують про виконання програми переддипломної практики у вигляді:

- щоденника переддипломної практики з оформленими розділами. Щоденник підписується керівником переддипломної практики від підприємства та завіряється печаткою підприємства;

- письмового звіту. Звіт має містити відомості про виконання здобувачем вищої освіти усіх розділів програми переддипломної практики та індивідуального завдання, висновки і пропозиції, список використаної літератури тощо.

Керівник переддипломної практики від університету ознайомлюється зі звітом і дає загальну оцінку виконаної роботи. Після цього здобувач вищої освіти захищає звіт перед комісією, яка призначається завідувачем кафедри маркетингу та логістики.

До складу комісії входять керівник практики від навчального закладу, викладачі та (по можливості) керівник від бази практики.

Комісія приймає диференційований залік у здобувачів вищої освіти на базах практики в останній день її проходження або за рішенням завідувача кафедри у інший день до початку дипломування.

Члени комісії можуть максимально оцінити роботу здобувача вищої освіти у 70 балів. За результатами захисту здобувач вищої освіти може отримати ще 30 балів і сумарна оцінка звіту складе 100 балів.

У процесі захисту виявляється:

- якісний рівень проходження практики;
- ініціативність здобувачів вищої освіти, проявлена в період проходження переддипломної практики, висловлені пропозиції щодо покращення роботи установи.

При оцінюванні захисту звіту з переддипломної практики враховуються критерії наведені у таблицях 3.3. та 3.3.

Таблиця 3.3. – Критерії оцінки результатів проходження переддипломної практики здобувачем вищої освіти

№ п/п	Елементи модуля	Кількість балів	Форма контролю
1	Виконання календарного графіку проходження практики	10	Поточний контроль
2	Виконання звіту	30	Перевірка звіту
3	Виконання індивідуального завдання	30	Перевірка індивідуального завдання
4	Захист практики	30	Диференційований залік в усній формі

Таблиця 3.3. – Критерії встановлення мінімальної і максимальної кількості балів для окремих елементів модуля

№ п/п	Елемент модуля	Кількість балів
1	Виконання календарного графіку проходження практики	
1.1	Календарний графік виконується вчасно	10
1.2	Календарний графік виконується із незначним запізненням	7-9
1.3	Календарний графік виконується із значним запізненням	2-6
1.4	Календарний графік виконується невчасно	0-1
2	Виконання звіту	
2.1	Звіт виконано в повному обсязі (згідно робочої програми практики), глибоке розкриття проблеми, відображена власна позиція	26-30
2.2	Звіт виконано в повному обсязі, обгрунтоване розкриття теми	21-25
2.3	Звіт суто компілятивного рівня, допущено грубі неточності, проблема розкрита неповно	6-20
2.4	Звіт не зараховано	0-5
3	Виконання індивідуального завдання	
2.1	Індивідуальне завдання виконане в повному обсязі, глибоке розкриття проблеми, є посилання на відповідні джерела, відображено результати самостійних досліджень	
3.2	Індивідуальне завдання виконане в повному обсязі, обгрунтоване розкриття проблеми, допущені неточності	21-25
3.3	Індивідуальне завдання виконане не в повному обсязі, здобувач вищої освіти погано орієнтується в матеріалі	6-20
3.4	Індивідуальне завдання не виконане, здобувач вищої освіти не орієнтується у матеріалі	0-5
4	Захист практики	
4.1	Повна відповідь, надано всі необхідні пояснення	26-30
4.2	Неповна відповідь або допущено неточності	21-25
4.3	Неповна відповідь або допущено окремі помилки	16-20
4.4	Неповна відповідь або допущено суттєві помилки	6-15
4.5	Незадовільна відповідь	0-5

У відповідності до положення «Про проведення практики студентів Центральноукраїнського національного технічного університету» здобувач вищої освіти, який не виконав програму переддипломної практики без поважних причини, відраховується з навчального закладу.

Якщо програма переддипломної практики не виконана

здобувачем вищої освіти з поважної причини, то навчальним закладом надається можливість здобувачеві вищої освіти пройти переддипломну практику повторно через рік. Можливість повторного проходження переддипломної практики через рік, але за власний рахунок, надається і здобувачеві вищої освіти який на підсумковому заліку отримав негативну оцінку.

Результат диференційованого заліку за переддипломну практику вноситься в заліково-екзаменаційну відомість і в залікову книжку здобувача вищої освіти за підписом керівника переддипломної практики.

Критерії оцінювання результатів практики

Підсумки результатів переддипломної практики здобувача вищої освіти визначаються за допомогою системи оцінювання, що використовуються у ЗНТУ з обов'язковим переведенням оцінок до національної шкали та шкали ECTS у такому порядку:

За шкалою ECTS:	За національною шкалою:	За шкалою ЗНТУ:
A	5 (відмінно)	91 – 100
B	4 (дуже добре)	85-90
C	4 (добре)	75 – 84
D	3 (задовільно)	70-74
E	3 (достатньо)	60 – 69
FX	2 (незадовільно) з можливістю повторного складання	40 – 59
F	2 (незадовільно) з обов'язковим повторним курсом	0 – 39

Додаток А

Зразок гарантійного листа з підприємства (організації)

Друкується на фірмовому бланку організації

Ректору
Центральноукраїнського
національного технічного університету
проф. В.Кропівному

Просимо направити для проходження переддипломної практики магістранта, гр.МК-21м, спеціальності 075 «Маркетинг» Бондаренко Івана Івановича на період з «__» ____ 20__ р. по «__» ____ 20__ р.

Дотримання норм техніки безпеки, виконання програми практики та надання інформації для звіту та написання дипломної магістерської роботи гарантуємо.

Керівником практики від підприємства призначено

(посада, П.І.П)

Директор підприємства _____

(підпис, П.І.Б.)

М.П.

Додаток Б

Рекомендована форма індивідуального завдання на переддипломну практику

Центральноукраїнський національний технічний
університет
Кафедра ЕТМЕК

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ
для проходження переддипломної практики
студента магістра _____ спеціальності 075 «Маркетинг»
номер групи _____

_____ прізвище, ім'я, по батькові студента-магістра

База практики: _____
Терміни практики: з «_____» _____ 202_ р. по «_____» _____ 202_ р.
Тема дипломної роботи: _____

Об'єкт дослідження: _____

Предмет дослідження: _____

Завдання дослідження: _____

Керівник переддипломної практики від кафедри маркетингу та логістики:

«_____» _____
Підпис Прізвище, ім'я, по батькові

Керівник практики від організації-базы практики:

«_____» _____
Підпис Прізвище, ім'я, по батькові

Дата видачі завдання: «_____» _____ 202_ р.

Додаток В

Перелік джерел для збору та опрацювання інформації для написання звіту з практики

1. Статут підприємства.
2. Положення про функціональні підрозділи.
3. Колективний договір.
4. Посадові інструкції фахівців.
5. Штатний розклад працівників апарату управління.
6. Форми бухгалтерської та статистичної звітності.

Форма № 1 «Баланс».

Форма № 2 «Звіт про фінансові результати».

Форма № 3 «Звіт про рух грошових потоків».

Форма № 4 «Звіт про власний капітал».

№ 1-П (річна) «Обсяг продукції (робіт, послуг) в оптових цінах підприємства без податку на додану вартість і акцизного збору». Підприємства лісозаготівельної, молочної і маслосироробної, м'ясної і рибної промисловості, споживчої кооперації і побутового обслуговування населення становлять відповідно до спеціалізованої річної форми №№ 1-П (ліс), 1-П (мол.), 1-П (м'ясо), 1-П (риба), 1-П (споживспілка), 1-П (побут-пром).

№ 1-П (термінова) — місячна, квартальна, № 1-П (споживспілка) — термінова місячна, квартальна.

№ 2-ПВ — середньооблікова чисельність промислово-виробничого персоналу та фонд оплати праці.

№ 5-С — собівартість виробленої продукції.

№ БП «Баланс виробничих потужностей».

№ 11-ОФ «Звіт про наявність та рух основних фондів, амортизацію (знос)».

№ 22 «Зведена таблиця основних показників, які комплексно характеризують господарську діяльність підприємств (об'єднань)».

№ 1-КМП (квартальна) — малі підприємства і кооперативи.

№ 1-П (малі) — (річна) — кооперативи, малі підприємства.

№ 29-АПК — підсобні промислові підприємства.

№ 6 (квартальна) — рентабельність окремих видів продукції.

№ 1 ціни (пром) — оптові ціни на промислову продукцію.

№ 1-К (пром.) — бланк обстеження ділової активності промислового підприємства.

Форма 1-ПВ Звіт з праці

Форма 3-ПВ Звіт про використання робочого часу

Форма 5-с Звіт про витрати на виробництво продукції, робіт послуг

7. Договори з постачальниками.

8. Організаційно-розпорядницькі документи: накази, розпорядження, інструкції.

9. Довідкова інформація до аналітичних і прогнозних розрахунків.

10. Річні звіти підприємства.

Додаток Д

Зразок оформлення титульної сторінки звіту

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Центральноукраїнський національний технічний університет

Кафедра ЕТМЕК

ЗВІТ

з переддипломної практики
(назва підприємства)

Студента (ки) _____ курсу _____ групи
напряму підготовки _____
спеціальності

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник:

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

Кількість набраних балів

м. Кропивницький

20__рік