

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН»

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою ВНЗ «Київський  
університет ринкових відносин»

«25» 12 2025р

Протокол № 4

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор ВНЗ «Київський університет  
ринкових відносин»

Ірина ЧЕРЕВАНЬ

«25» 12 2025р



**ПРОГРАМА ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Освітній ступінь: бакалавр

Освітньо-професійна програма: Маркетинг

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Київ 2026

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН»

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою ВНЗ „Київський  
університет ринкових відносин”

„\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р

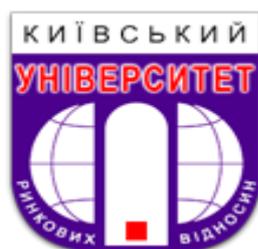
Протокол № \_\_\_\_\_

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор ВНЗ „Київський університет  
ринкових відносин”

\_\_\_\_\_ Ірина ЧЕРЕВАНЬ

„\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р



**ПРОГРАМА ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Освітній ступінь: бакалавр

Освітньо-професійна програма: Маркетинг

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

**Київ 2026**

Розробники:

Черевань І.В. – ректор ВНЗ «Київський університет ринкових відносин», доцент кафедри менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу, кандидат економічних наук, доцент;

Бугера К.В. – доцент кафедри менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу, кандидат економічних наук.

Рекомендовано кафедрою менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу, протокол № 6 від 27.01.2026 р.

## **ВСТУП**

Освітньо-професійною програмою «Маркетеинг» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг» проходження виробничої практики є обов'язковим компонентом і підготовлена згідно з «Положенням про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України» (наказ Міністерства освіти і науки України N 93 від 08.04.93), «Рекомендацій про проведенню практики студентів вищих навчальних закладів України» (розроблених Державною науковою установою «Інститутом інноваційних технологій і змісту освіти»), «Положенням про організацію навчального процесу у ВНЗ «Київський університет ринкових відносин» та галузевими стандартами вищої освіти.

Практична підготовка студентів є обов'язковою компонентою освітньо-професійної програми «Маркетинг» бакалаврів галузі 07 Управління і адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.

Програма виробничої практики розроблена у відповідності до підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг». Вона є основним навчально-методичним документом для студентів і наукових керівників від навчального закладу та бази практики, який визначає порядок і принципи проведення виробничої практики для студентів 4 курсу денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг».

### **1 ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ**

Метою виробничої практики є закріпити набуті студентами теоретичні знання та практичні навички щодо базових категорій маркетингу, методологічні аспекти організації маркетингової діяльності на підприємстві та організації маркетингових досліджень в сучасних умовах.

Завдання виробничої практики є заключною ланкою практичної підготовки перед підсумковою атестацією випускника. Під час цієї практики поглиблюються та закріплюються теоретичні знання з практичних та методичних підходів щодо дослідження напрямів діяльності на обраному підприємстві. Під час виробничої практики виконується індивідуальне завдання за затвердженою тематикою.

Під час проходження практики студент повинен знати:

- методологічний апарат організації маркетингової діяльності на підприємствах;
- методи маркетингової діяльності на підприємстві різних форм власності та господарювання;
- сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, що дозволяють адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- систему комунікацій в маркетинговому середовищі;
- питання техніки безпеки та охорони праці тощо.

### **2. ПЕРЕЛІК ЗАГАЛЬНИХ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

ЗКЗ. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

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

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

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

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

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

### **3. ПЕРЕЛІК СПЕЦІАЛЬНИХ (ФАХОВИХ) ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної

маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос функціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

#### **4. ПЕРЕЛІК ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод

особистості.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

## **5. ВИЗНАЧЕННЯ БАЗ ПРАКТИКИ**

Практика студентів проводиться в колективній та індивідуальній формах, які тісно пов'язані та доповнюють одна одну. Колективна форма передбачає консультації, бесіди зі спеціалістами, екскурсії тощо. Індивідуальна форма – це безпосереднє вивчення програмних питань виробничої практики, виконання відповідних розрахунків, проведення аналізу та досліджень, необхідних для підготовки звіту з практики.

Базами практики можуть бути підприємства різних форм власності і різних видів діяльності в тому числі державні установи чи підприємства державної, муніципальної, колективної форми власності та організаційно-правових форм, які є юридичними особами що здійснюють один або декілька видів економічної діяльності за Державним класифікатором видів економічної діяльності ДК 009-2010. Перевага віддається організаціям, які мають можливість для виконання програми практики, цілей та завдань в повному обсязі. Підставою для призначення бази виробничої практики є наявність укладеного договору між університетом та підприємством на проходження виробничої практики студентами.

При виборі робочих завдань на практиці для студента на підприємстві слід керуватися основними завданнями виробничої практики, а також і те, що на робочому місці майбутній фахівець повинен отримати певні практичні навички виконання конкретної роботи з організації маркетингових досліджень та набуття навичок самостійної роботи з проведення аналізу ринкового середовища підприємства, його конкурентних позицій та виявлення напрямів підвищення його конкурентоздатності. Тому робочі місця студентів можуть знаходитись у різних структурних підрозділах: маркетинговому, логістики, виробничому, організації закупівель та збуту, обробки клієнтських замовлень тощо.

## **6. ТРИВАЛІСТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОВЕДЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

З дозволу та за рішенням кафедри студенти можуть самостійно вибрати базу практики, надавши лист-запит з підприємства для проходження практики студентом. Керівництво виробничою практикою здійснюється викладачами кафедри менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу.

За навчальним планом практика проходить в 4-ому семестрі, тривалість практики – 4 тижні, загальний обсяг виробничої практики становить 120 академічних годин (4 кредити ЄКТС) для студентів денної форм навчання.

Календарні періоди проведення практики затверджуються на кожний навчальний рік, а його обсяги визначаються графіком освітнього процесу та освітньо-професійною програмою підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти спеціальності 075 «Маркетинг», що відображається відповідно в навчальних планах і графіках освітнього процесу.

## **7. ЗМІСТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Зміст виробничої практики передбачає надання студентам індивідуальних завдань, порядок якого затверджується керівником практики відповідно до змісту програми практики і календарного плану проходження практики. Завдання можуть бути пов'язані з інструментами маркетингових досліджень, методами оцінки конкурентних позицій товару чи то послуги, концептуальними основами розробки системи маркетингу на підприємстві тощо.

Дослідна робота у період практики може бути спрямована на підвищення фахового рівня підготовки студента і мати елементи самостійного дослідження. Пропозиції дослідної роботи студент має підготувати науковому керівникові та розробити доповідь з презентацією на студентську наукову конференцію з послідовним написанням наукових статей, які повинні мати логічний, доказовий, аргументований характер і містити:

- елементи самостійного дослідження;
- поглиблений всебічний аналіз досліджуваної теми;
- розрахунки, виконані на ПЕОМ;
- достатній для обґрунтування пропозицій аналіз конкретної теми у межах досліджуваного підприємства.

Маркетинг як специфічний аспект діяльності, що має своїм фокусом успіх на ринку- значною мірою охоплює і те й інше. Маркетинг вбудований в оперативне та стратегічне управління сфери діяльності.

Маркетинг це орієнтація на ринок- процес безперервного поліпшення та прагнення до досконалості.

Методика позиціонування товару має враховувати такі фактори:

- частку ринку (у відносних показниках відповідно до основних конкурентів по галузі або в регіоні);
- позиціонування на обслуговуванні клієнтів (загальне, індивідуальне, відповідно до величини та ціни замовлення);
- якість (в порівнянні з основними конкурентами на ринку);
- ціну (низьку, середня, завищена);
- технології, що використовуються (відстаючі, аналогові, інноваційні).

Новий продукт оцінюється за такими критеріями:

1. Ринковими:
  - Потреба у виробі;
  - Перспективи розвитку ринку;
  - Ступінь конкурентоспроможності виробу;
  - Ступінь стабільності ринку.
2. Товарними:
  - Технічні характеристики;

- Упаковка;
  - Ціна;
3. Збутові:
- Зв'язок з асортиментом продукції, що випускається;
  - Реалізація
  - Реклама

Специфічним зовнішнім фактором, особливою зовнішньою силою, є конкуренція. Найбільший вплив на компанію має конкуренція у галузі, а також:

- Потенційні конкуренти;
- Товари субститути (замінники);
- Постачальники;
- Споживачі;

Реалізація проектів передбачає як підтримку при генеруванні технічної чи бізнес-ідеї, так і її комерціалізація, тобто, проєкт передбачає такі напрями маркетингової підтримки:

- Виявлення творчих можливостей співробітників;
- Створення механізму трансформації інженерних ідей у ринкові продукти;
- Сегментування інноваційного ринку;
- Організація широкої рекламної компанії для ознайомлення громадськості з інноваційними продуктами;
- Надання допомоги у формуванні портфеля замовлень творчих колективів;
- Порівняльна оцінка рівня конкурентоспроможності та технології вимірювання конкурентоспроможності.

Маркетинг компанії повинен забезпечуватися двома зустрічними циклами управління, орієнтованих на ринок:

1. Цикл виробництва товарів.
2. Цикл напрями розвитку компанії.

Підприємство, де проходить виробничу практику студент, є об'єктом проведення самостійного прикладного дослідження та написання звіту по його результатам. Після проходження практики звіт з практики подається в установленний термін на кафедрі з відгуком керівника від бази практики. Підпис керівника практики від підприємства завіряється його печаткою. Відповідальність за організацію, проведення й контроль виробничої практики покладається на викладачів – керівників практики від кафедри.

Проходження практики складається з декількох етапів – ознайомлюваного, виробничого та заключного. Послідовно студент знайомиться з базою практики – основними показниками діяльності, структурою підприємства, номенклатурою, технікою безпеки, охороною праці. Потім на робочих місцях, де під керівництвом кваліфікованих фахівців опановують навички роботи зі спеціальності. А далі студенти виконують розділи програми й оформляють звіт з практики.

Керівник виробничої практики разом із студентами складає календарний план проходження практики що затверджується керівником бази практики.

Також кожний студент-практикант особисто веде щоденник практики, де в короткій формі записує термін і зміст виконаної роботи, який підтверджується підписом керівника практики.

В процесі проходження виробничої практики студент складає звіт, який разом з щоденником практики здається на кафедру.

Під час проходження виробничої практики студент повинен детально ознайомитися з діяльністю підприємства, зібрати фактичний, статистичний матеріал з напрямків діяльності підприємства для написання звіту з проходження виробничої практики з маркетингу. Матеріалами для досліджень маркетингової діяльності підприємств є статистична, бухгалтерська та оперативна звітність, прайс-листи, вибірккові дослідження та інші джерела.

## **8. ОBOB'ЯЗКИ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Студенти, які направляються на практику, зобов'язані:

- отримати консультації керівників практики від кафедри про зміст та календарний графік виробничої практики і оформлення звіту;
- отримати від керівників практики індивідуальні завдання з проходження виробничої практики;
- узгодити з керівником практики календарний план проходження практики;
- оформити договір з підприємством на проходження практики.

Під час перебування на базі практики:

- своєчасно прибути на базу практики з відповідними документами, одержаними на кафедрі;
- у разі необхідності оформити перепустку;
- ознайомитися з розпорядком роботи на базі практики (початок роботи, обідня перерва, кінець робочого дня);
- виконувати правила внутрішнього розпорядку і вимоги трудового законодавства нарівні з працівниками;
- вивчити і дотримуватись правил охорони праці, техніки безпеки виробничої санітарії;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені робочою програмою практики і вказівками її керівників: виконувати вказівки керівника практики, нести відповідальність за виконану роботу;
- систематично вести записи у щоденнику практики, фіксувати обсяг та зміст виконаної за день роботи, оформляти щоденник за встановленою формою;
- звітувати керівнику практики від кафедри про виконану роботу;
- не пізніше ніж за два дні до закінчення практики надати керівникові практики в коледжу звіт і щоденник з бази практики;
- своєчасно скласти залік.

## **9. КЕРІВНИЦТВО ВИРОБНИЧОЮ ПРАКТИКОЮ**

**Керівник практики від кафедри** є відповідальним за організацію і проведення виробничої. Він зобов'язаний:

- ознайомити студента з навчально-методичним забезпеченням виробничої практики;
- організувати консультацію студента щодо виконання змісту виробничої практики та написання звіту про проходження виробничої практики;
- розробити тематику індивідуальних завдань, яка враховує передбачувані теми випускних кваліфікаційних робіт;
- забезпечити проведення зі студентами інструктажу з проходження практики та з питань охорони праці;
- здійснювати поточний контроль за виконанням студентом індивідуального завдання виробничої практики;
- прийняти звіт студента про проходження виробничої практики та оформили відгук на нього;
- прийняти диференційованих заліків у студента за результатами практики;
- заслуховувати та обговорювати звіт кафедри про організацію та результати виробничої практики студентами.

**Керівник практики від бази практики**, який здійснює загальне керівництво практикою:

- несе особисту відповідальність за проведення практики у межах своєї компетенції;
- організовує практику згідно з програмою практики;
- визначає місця практики, забезпечує найвищу ефективність її проходження;
- організовує проведення відповідними фахівцями інструктажу з охорони праці, безпеки життєдіяльності, протипожежної безпеки, виробничої санітарії та внутрішнього розпорядку;
- забезпечує виконання графіків проходження практики у структурних підрозділах підприємства;
- надає практикантам можливість користуватись наявними інформаційними джерелами, необхідною документацією, лабораторіями, майстернями підприємства для виконання програми практики;
- забезпечує і контролює дотримання практикантами правил внутрішнього розпорядку;
- створює необхідні умови для засвоєння здобувачами вищої освіти нової техніки, передових технологій, сучасних методів організації праці;
- контролює дотримання студентом трудової дисципліни;
- надає студенту-практиканту характеристику та відгук керівника від бази практики про проходження практик та рівня виконаннями ним завдань, ставить під відгуком власний підпис, печатку підприємства та сприяє правильному оформленню щоденника з проходження виробничої практики;
- контролює дотримання законодавства України про працю тощо.

## **10. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Звіт про проходження виробничої практики має таку структуру:

I. Титульна сторінка. Оформлюється за встановленим зразком (Додаток 1).

II. Зміст.

III. Календарний план проходження практики (Додаток 3).

IV. Індивідуальна програма / завдання на виробничу практику. Оформлюється за встановленим зразком (Додаток 4).

Дана програма має орієнтовний характер. На її основі здобувачем розробляється індивідуальна програма практики (з урахуванням напряму його досліджень, профільності відповідного структурного підрозділу, реальної виробничої ситуації та інших факторів).

Практика складається з трьох основних етапів:

- на першому етапі передбачається вивчення організаційної структури підприємства, механізму координації діяльності структурних підрозділів;

- на другому – ознайомлення і коментар до посадових обов'язків і компетенцій, визначених посадовим положенням, що відповідають напряму діяльності конкретного структурного підрозділу, де проходить виробничу практику здобувач;

- на третьому – результати, отримані під час практики відповідно до посади (знання, вміння, навички), пропозиції щодо вдосконалення роботи структурного підрозділу.

V. Зміст звіту.

1. Вступ. Дається характеристика виконання програми практики. Даний розділ оформлюється відповідно до переліку питань для вивчення під час практики.

2. Основна частина. Оцінка набутого досвіду та пропозиції. Цей розділ оформлюється відповідно до переліку питань для узагальнення на завершальному етапі практики.

3. Індивідуальні завдання. Даються студенту керівником практики від кафедри. (Копії аналітичних та інших документів, підготовлених під час практики, додаються до звіту у додатках).

4. Висновки і пропозиції.

5. Список використаних джерел.

6. Додатки (у вигляді таблиць, схем, планових та звітних документів тощо).

IV. Відзив за результатами виробничої практики. Заповнюється керівником практики від бази практики (Додаток 6).

Звіт про практику повинен мати чітку побудову, логічну послідовність та конкретність викладення матеріалу, переконливість аргументів, точність формулювання, обґрунтованість висновків та рекомендацій.

Студент-практикант вказує у звіті дату, робоче місце і викладає зміст виконаних робіт роботи. Звіт складають, починаючи з перших днів практики. На кожному робочому місці практикант щоденно готує матеріали для

оформлення звіту. У звіті дають коротку техніко-економічну характеристику підприємства (установи, організації) (назва, підпорядкованість, структура, організація виробництва, управлінська структура, основні показники діяльності), описують порядок документального оформлення та обліку окремих операцій (згідно з відповідною програмою, що міститься в розділі Програми), роблять висновки і дають практичні пропозиції. У звіті коротко відображається перелік та зміст робіт, що виконувались студентом.

Звіт обсягом 30 сторінок повинен бути надрукований на окремих аркушах канцелярського паперу; копії документів, розрахунків, облікових реєстрів і звітних форм розміщують в кінці звіту, а в тексті дають посилання на них і вказують їх порядкові номери.

Звіт практикант підписує, підшиває у папку, дає на рецензію і підпис керівнику практики від відповідної бази практики.

Текстова частина звіту повинна бути поділена на окремі параграфи відповідно до питань програми. У цій частині студент дає характеристику поставленого питання і описує виконану ним роботу, пов'язуючи текстову частину з документами, які наводяться в додатках до звіту.

Текст звіту про практику друкують на одному боці аркуша білого паперу формату А4 (210x297 мм),

дотримуючись таких вимог:

- текстовий редактор – Word for WINDOWS;
- шрифт – Times New Roman Cyr;
- розмір шрифту – 14 пунктів;
- інтервал – 1,5 (28-30 рядків на одній сторінці).

Текст звіту друкують, залишаючи поля таких розмірів: ліве – 30 мм, праве – 10 мм, верхнє – 20 мм, нижнє – 20 мм.

Титульна сторінка має єдину форму і реквізити. Вона оформляється згідно встановленого взірця (Додаток 1).

Зміст розміщується на другій сторінці. У ньому послідовно перераховують усі частини звіту: вступ, основна частина (згідно програми практики), висновки і пропозиції, додатки, список використаних джерел. Проти кожної назви відповідної частини звіту вказується номер сторінки, на якій вона починається, що полегшує пошук необхідного розділу.

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знак у №.

Першою сторінкою є титульний аркуш, який підлягає загальній нумерації сторінок звіту про практику. На титульному аркуші та змісті номер сторінки не ставлять, на наступних – номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу не ставиться крапка, наприклад: «2.3» (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку наводять заголовок підрозділу.

Ілюстрації (рисунки, схеми, графіки, діаграми) і таблиці необхідно

подавати безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці.

Ілюстрації і таблиці, розміщені на окремих сторінках роботи, вносять до загальної нумерації сторінок. Таблицю або рисунок, розміри якого більше формату А4 розміщують у додатках.

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу за винятком ілюстрацій, наведених у додатках.

Номер ілюстрації повинен складатися з номера розділу та порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад:

«Рис. 1.2» (другий рисунок першого розділу). Номер ілюстрації, її назву та пояснювальні підписи розміщують послідовно під ілюстрацією. Якщо в розділі подано одну ілюстрацію, то її нумерують за загальними правилами.

Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) в межах розділу. Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично відносно тексту. Назву і слово „Таблиця” починають з великої літери. Наприклад, таблиця друга першого розділу оформлюється наступним чином:

**Таблиця 1.2 – Назва таблиці**

Бічний заголовок	Заголовки граф (верхні заголовки)					
	1	2	3	4	5	і т.д.
Заголовки рядків						
Підсумок						

При перенесенні частини таблиці на інший аркуш (сторінку) слово «Таблиця» і номер її вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова «Продовж. табл.» і вказують номер таблиці, наприклад: «Продовж. табл. 1.2».

Формули (якщо їх більше однієї) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу та порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Номери формул пишуть біля правого поля аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: (3.1) - перша формула третього розділу.

При написанні звіту студент повинен посилатися на джерела, матеріали або окремі результати з яких наводяться в звіті, або на ідеях і висновках яких розробляються проблеми, завдання або окремі питання. Такі посилання дають змогу відшукати документи, перевірити достовірність відомостей про цитування документа, забезпечують необхідну інформацію про нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Посилатися слід на останні видання публікацій. На більш ранні видання можна посилатися лише в тих випадках, коли наявний у них матеріал, не входить до останнього видання.

Коли використовують відомості, матеріали з монографій, оглядових статей, інших джерел з великою кількістю сторінок, тоді в посиланні необхідно

точно вказати номери сторінок, ілюстрацій, таблиць, формул з джерела, на яке є посилання в звіті.

Посилання в тексті звіту про практику на джерела слід зазначати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, «... у працях [1-7]...».

Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків.

Список використаних джерел складають в алфавітному порядку відповідно до чинних стандартів з бібліотечної та видавничої справи (ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання»).

Додатки оформляють як продовження звіту про практику на наступних його сторінках. Кожний додаток повинен починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток \_\_» і велика літера, що позначає додаток.

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

Звіт про проходження практики підписується керівником практики від бази практики та завіряється її печаткою. Керівник від бази практики дає на звіт відгук, робить висновок про готовність студента до практичної роботи.

Керівник практики від кафедри детально перевіряє звіт, дає загальну оцінку виконаної роботи в рецензії та вирішує питання про допуск студента до захисту звіту.

До звіту про практику додаються графік проходження практики, підписаний керівниками практики та студентом, завірений печаткою; відгук керівника практики від установи чи організації; щоденник проходження практики; зауваження та побажання керівників практики щодо покращення її проходження в подальшому.

## **11. ПРОГРАМА ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Типова індивідуальна програма практики здобувача передбачає вивчення:

1. Загальної характеристика підприємства.

В основній частині звіту дати характеристику:

- основних нормативно-правових документів, які регламентують діяльність підприємства;

- організаційно-управлінської структури, зв'язків з іншими структурними підрозділами, підприємствами та організаціями;

- завдань та функціональних обов'язків спеціалістів підрозділу;

- обов'язків та прав фахівців підрозділу (провідного спеціаліста, головного спеціаліста) відповідно до посадових інструкцій.

2. Характеристика сфери діяльності підприємства в межах галузі.

В аналітичній частині звіту здійснити:

- аналітичний огляд основних показників, які характеризують об'єкт управління (проаналізувати галузеву звітність);
- оцінка конкурентних позицій підприємства (в цілому по підприємству і по товарним позиціям);
- аналіз конкретного середовища підприємства;
- оцінку ефективності управлінських заходів.

3. Пропозиції щодо вдосконалення системи маркетингу на підприємстві – бази практики, зокрема обґрунтування необхідних змін.

Пропозиції стосовно вдосконалення системи маркетингу можуть бути визначені за одним із таких напрямів:

- розширення асортименту товару та ринків збуту;
- підвищення якості товару, наданих послуг, обслуговування клієнтів;
- впровадження сучасних рекламних технологій;
- інших управлінських характеристик підприємства.

4. Результати виконання індивідуального завдання від бази практики.

Завдання від керівника з бази практики передбачає характеристику виконаного студентом самостійного завдання, визначеного керівником практики від підприємства, яка передбачає розкриття:

- особистого внеску студента у підготовку управлінських чи аналітичних документів (стратегій розвитку, підготовку звітів, аналізів, планів, прогнозів чи інших), які розробляються підприємством;
- набутих професійних знань в результаті особистої участі студента у засіданнях, зборах, семінарах та інших заходах, що проводяться підприємством;
- отриманих практичних вмій від участі студента у оновленні комп'ютерних баз даних, збору та систематизації різних інформаційних документів, якими оперує в своїй діяльності підприємство;
- інших компетенцій та переваг, що були отримані студентом під час практики.

5. Охорона праці, техніка безпеки.

Студенту необхідно:

**ОЗНАЙОМИТИСЬ:**

- з правовою та нормативною документацією з охорони праці в установі, організації, на підприємстві;
- порядком проведення інструктажів з питань охорони праці та пожежної безпеки (вступний, первинний, повторний, цільовий);
- веденням відповідної документації: журнал реєстрації вступного інструктажу з питань охорони праці, журнал реєстрації інструктажу з питань пожежної безпеки.

**ЗНАТИ:**

- загальні основи щодо порядку організації охорони праці та пожежної безпеки в установі, організації, на підприємстві згідно чинного законодавства та з врахуванням специфіки їх діяльності.

**ЗРОБИТИ** короткий аналіз умов праці в установі, організації, на підприємстві організації безпеки праці на робочому місці працівників, заходів з

охорони праці тощо.

ПРИКЛАСТИ до звіту з практики копію інструкції з охорони праці, яка розроблена в установі, організації, на підприємстві, журна реєстрації вступного інструктажу (1-2 стор.).

З урахуванням наведеного здобувачем розробляється індивідуальна програма практики, де визначаються напрям його досліджень, профіль відповідного структурного підрозділу, реальна виробнича ситуація та інші фактори.

Зміст індивідуальної програми повинен відповідати меті та завданням практики, враховувати особливості його проведення за спеціальністю і передбачати поглиблення та закріплення знань здобувачів, набуття ними практичних навичок організації маркетингової діяльності на підприємстві. Індивідуальні завдання на практику для здобувачів розробляються керівниками практики як додаток до індивідуальної програми практики.

## **12. ЗАХИСТ ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Захист звітів про практику приймає комісія, склад якої затверджується завідувачем кафедри. На захист здобувач вищої освіти подає:

- звіт про практику;
- щоденник практики, підписаний керівником практики від кафедри і бази практики, в якому вміщені коротка письмова характеристика-відгук, підписана керівником практики від бази практики, та висновок керівника практики від кафедри.

Результати захисту відображаються у відомості і завіряються підписами членів комісії. У випадку неякісного оформлення звіту, несвоєчасного його представлення, незадовільної оцінки за результатами захисту кафедрою вирішується питання про повернення звіту на доопрацювання протягом визначеного часу.

За результатами проведення практики доцільно подати завідувачу кафедри зауваження і пропозиції щодо поліпшення організації практики студентів.

## **13. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Критерії, за якими оцінюється проходження та захист звіту про проходження:

1. Оцінювання практики керівником від бази практики за ретельність та грамотність підготовки поставлених завдань, сумлінність та дисциплінованість (проставляється у щоденнику з практики у відгуку керівника практики від бази практики про роботу студента на практиці).

2. Повнота звіту про проходження практики (відповідно до програми практики) та своєчасність його подання для захисту на кафедрі.

3. Захист студентом звіту про проходження практики (уміння стисло, послідовно й чітко викласти сутність і результати практики; здатність

аргументовано захищати свої пропозиції, думки, погляди; загальний рівень підготовки студента).

#### Шкала оцінювання: Національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	<b>A</b>	відмінно
81-89	<b>B</b>	добре
74-80	<b>C</b>	
64-73	<b>D</b>	задовільно
60-63	<b>E</b>	
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

#### 14. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

##### Базові

1. Аванесова Н. Е., Марченко О. В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади : монографія. Харків : Щедра садиба плюс, 2015. 196 с.
2. Філіп Котлер. Маркетинг від А до Я. Київ: Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.
3. Косар Н. С. Маркетингові дослідження. Львів: Львівська політехніка, 2018. 460 с.
4. Адель Світвуд. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ: Наш Формат, 2019. 152 с.
5. В. Полторак, И. Тараненко, О. Красовская. Маркетингові дослідження. Київ: Центр навчальної літератури, 2017, 342.
6. Основи охорони праці : підручник / О. І. Запорожець та ін. 2-ге вид. Київ : ЦУЛ, 2016. 264 с.

##### Інформаційні ресурси

1. Законодавство України [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://www.rada.kiev.ua>; <http://www.nau.kiev.ua>; <http://www.ukrpravo.kiev.com>; <http://www.liga.kiev.ua>. – Назва з титул. екрана. – Дата доступу : 25.10.2016.
2. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/>. – Назва з титул. екрана. – Дата доступу : 25.10.2016.
3. Національна парламентська бібліотека України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nplu.org/>. – Назва з титул. екрана. – Дата доступу : 25.10.2016.

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН»**

Кафедра менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу

**З В І Т**

про проходження виробничої практики

---

(повна назва бази практики)

---

Здобувача вищої освіти

\_\_\_\_\_ курсу групи \_\_\_\_\_  
спеціальності 075 «Маркетинг»

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник практики від бази практики

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник практики від кафедри

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)

Звіт зданий на кафедру «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Захист звіту відбувся «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Загальна оцінка за практику:

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії:

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис) (прізвище та ініціали)

Київ 20\_\_

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН»**

Кафедра менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу

**ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ**

Виробнича практика

Здобувача вищої освіти \_\_\_\_\_

(прізвище, ім'я, по батькові)

---

освітній ступінь: бакалавр  
спеціальність: 075 «Маркетинг»

курс \_\_\_\_\_ група \_\_\_\_\_

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН  
ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

ЗДОБУВАЧЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ

---

(прізвище, ім'я, по батькові)

---

---

(назва підприємства, організації, установи)

---

з \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

№	Назва теми і окремих питань теми	Дата виконання	Підпис керівника практики

Керівник практики

\_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

Здобувач вищої освіти-практикант

\_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ РИНКОВИХ ВІДНОСИН»**

Кафедра менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ  
зав. кафедри

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ЗАВДАННЯ НА ВИРОБНИЧУ ПРАКТИКУ  
Здобувачеві вищої освіти**

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові)

**1. База проходження практики**

\_\_\_\_\_ (повна назва підприємства, організації, установи)

**2. Перелік питань для опрацювання в процесі проходження практики:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**3. Проходження практики та підготовка звіту здійснюється у відповідності до вимог, викладених у: Робочій програмі виробничої практики для студентів за спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня бакалавр**

\_\_\_\_\_ (посилання на методичні рекомендації)

**Завдання видав керівник практики від кафедри**

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

**Завдання одержав(-ла)**

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

## ВІДЗИВ

за результатами виробничої практики  
(заповнюється керівником практики від бази практики)

Назва підприємства – бази практики.

Структурний підрозділ, в якому проходив здобувач виробничу практику.

Виконані здобувачем завдання.

Відношення здобувача до поставлених керівником задач.

Фахові здібності здобувача, проявлені під час проходження виробничої практики.

Зауваження щодо виконаних здобувачем завдань під час проходження виробничої практики.

Керівник практики від підприємства

---

(підпис)

(посада) (прізвище та ініціали)