

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Економічний факультет



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О.І. Гура

2024 р.

НАСКРІЗНА ПРОГРАМА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	БАКАЛАВРСЬКИЙ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	Маркетинг
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	Бакалавр маркетингу

РОЗРОБЛЕНО кафедрою управління персоналом і маркетингу економічного факультету
Запорізького національного університету

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Малтиз В.В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу, Терент'єва Н.В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу, Бехтер Л.А. – к.е.н., доцент, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу.

ОБГОВОРЕНО ТА РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАТВЕРДЖЕННЯ КАФЕДРОЮ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ І МАРКЕТИНГУ «29» серпня 2024 р., протокол № 1.

Завідувач кафедри управління персоналом і маркетингу
д.е.н., професор



Іванов М.М.

Схвалено науково-методичною радою економічного факультету
Протокол від «30» серпня 2024 р. № 1.

Голова НМР факультету



Кусакова Ю.О.

ВСТУП

Наскрізна програма практики є основним навчально-методичним документом, що забезпечує комплексний підхід до організації практичної підготовки, системність, безперервність та послідовність змісту і завдань виробничої практики спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Наскрізна програма практичної підготовки складена на основі освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня (пр. № 8 від 27.02.2024 р. та № 16 від 19.08.2024 р. Вченої ради ЗНУ) та відповідає стандарту вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг.

Виробничі практики спрямовані на формування умінь, навичок, компетентностей, що відповідають кваліфікації та програмним результатам навчання за освітньо-професійною програмою, які отримує здобувач ступеня вищої освіти бакалавра та дає можливість займати відповідні первинні посади.

Рівень вищої освіти
Спеціальність
Освітньо-професійна програма
Освітня кваліфікація

бакалаврський
075 Маркетинг
Маркетинг
Бакалавр маркетингу

№ п/п	Вид практики	Обсяг кредитів	Місце проведення практики (організації, підприємства, установи)	Первинна посада за якою проходять практику	Компетентності, якими повинен оволодіти студент (згідно з освітньою програмою)
1	Виробнича практика (3 курс)	5	Підприємства (організації, установи) різних галузей економіки, науки, державного управління, органах місцевого самоврядування згідно з укладеними вищим навчальним закладом договорами або у його структурних підрозділах, що забезпечують практичну підготовку.	Торговець. Організатор із збуту. Продавець-консультант.	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

2	Виробнича практика (4 курс)	6	Підприємства (організації, установи) різних галузей економіки, науки, державного управління, органах місцевого самоврядування згідно з укладеними вищим навчальним закладом договорами або у його структурних підрозділах, що забезпечують практичну підготовку.	Брокер (посередник) з цінних паперів. Дилер (продавець) цінних паперів. Маклер біржовий. Торговець комерційний. Торговець промисловий. Торговець роз'їзний. Торговець технічний. Товарознавець. Торговельний брокер (маклер). Агент рекламний. Торговець (обслуговування бізнесу та реклами). Помічник керівника підприємства (установи, організації).	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. 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. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти
---	-----------------------------	---	--	--	---

					<p>маркетингу. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. СК 15. Здатність критично аналізувати і узагальнювати концепції в області сучасного маркетингу.</p>
--	--	--	--	--	--

МЕТА ПРАКТИКИ

Мета виробничої практики на 3 курсі – поглибити та систематизувати знання студентів шляхом вирішення виробничо-ситуаційних проблем, показати на конкретних практичних прикладах роль фахівців з маркетингу в розвитку ринку товарів і послуг, підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Під час виробничої практики студенти ознайомлюються з вимогами до фахівців за вибраною спеціальністю, основними видами, завданнями та змістом діяльності.

У результаті проходження виробничої практики студент повинен оволодіти такими програмними результатами навчання:

- демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;
- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;
- виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня а також особливості поведінки їх суб'єктів;
- визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх

взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;

- відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Метою виробничої практики на 4 курсі є закріплення, поглиблення та доповнення теоретичних знань студента, набуття досвіду роботи як молодшого спеціаліста на посаді маркетолога, одержаних при вивченні загальноекономічних та спеціальних дисциплін; розвиток навичок самостійної роботи по проведенню техніко-економічного аналізу маркетингової діяльності підприємства, його структурних одиниць, виявлення резервів підвищення ефективності маркетингу, визначення шляхів їх реалізації.

У результаті проходження виробничої практики студент повинен оволодіти такими програмними результатами навчання:

- демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;

- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;

- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;

- виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня а також особливості поведінки їх суб'єктів;

- визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;

- відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Програма виробничої практики складена таким чином, щоб на прикладі бази практики студенти удосконалили власні професійні практичні навички в сфері маркетингу, отримали актуальний досвід виконання робіт за фахом, збрали практичний матеріал для подальшої науково-дослідної роботи.

КОНТРОЛЬ ЗА ПРОХОДЖЕННЯМ ПРАКТИКИ

Контроль за роботою студентів під час практики здійснюють:

– *від університету:* методисти від кафедр, керівники практики, які відповідають за організацію практики, завідувачі кафедр, які забезпечують проведення практики, заступник декана економічного факультету з навчальної роботи, декан економічного факультету;

– *від бази практики:* керівник практики від бази практики

Види та форми поточного та підсумкового контролю визначаються робочими програмами практик та навчальними планами.

ВИМОГИ ДО ЗВІТНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ

Основними видами звітної документації є звіт студента про проходження практики та щоденник практики. Інші види звітної документації визначаються робочими програмами практик, за пропозиціями випускових кафедр та затверджуються радами факультетів.

ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ

Критерії оцінювання роботи студентів під час проходження практик визначаються робочими програмами практик. Підсумки практик підводяться керівниками практики від кафедр на підставі оцінювання роботи студентів на базах практик, оформлення звітної документації та захисту звітів. Оголошення оцінок за проходження практик відбувається на підсумкових конференціях. Результати практик обговорюються на засіданнях кафедр,

науково-методичній та вченій раді економічного факультету.

* Перелік баз практик, з якими укладені договори надаються у робочій програмі у розділі організація проходження практики за посиланням:

http://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/organizatsiya-praktik-na-fakultetakh.html.

* Рекомендації до організації та проходження практики, зразки звітної документації та вимоги до оформлення звіту з практики розміщено в СЕЗН ЗНУ: Факультет → Практична підготовка (по кожній освітній програмі).