

**ПРАТ «ВНЗ «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ»**

Придніпровський інститут



МАУП

ПРОГРАМА ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

студентів спеціальності

075 Маркетинг

(ступінь вищої освіти: бакалавр)

Кременчук 2024

Підготовлено доцентом кафедри економічного проектування та маркетингу Придніпровського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП» Гноєвим В.Г.

Затверджено на засіданні кафедри економічного проектування та маркетингу Придніпровського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (протокол № 11 від 18 червня 2024 р.)

Рекомендовано до видання Методичною радою Придніпровського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (протокол № 6 від 27 серпня 2024 р.)

Схвалено Вченою радою ПрАТ «ВНЗ «МАУП» (протокол № 6 від 30.08.2024р.).

Гноєвий В.Г. Програма виробничої практики студентів спеціальності 075 «Маркетинг» (ступінь вищої освіти: бакалавр). Кременчук: Придніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП», 2024. 28 с.

Програма містить пояснювальну записку, мету і зміст виробничої практики, організацію результатів проведення практики, оформлення результатів проведення практики, список літератури, а також додатки.

© Придніпровський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП», 2024

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Згідно з нормативними документами Міністерства освіти і науки України виробнича практика студентів спеціальності «Маркетинг» є обов'язковою складовою навчального процесу у вищих закладах освіти.

Виробнича практика студентів IV курсу спеціальності 075 «Маркетинг» Придніпровського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП» є невіддільною складовою освітньо-професійної підготовки бакалаврів.

Виробнича практика студентів відбувається за межами інституту, і цей вид навчання дає змогу реалізувати специфічні форми активізації пізнавальної діяльності, оскільки індивідуальна робота студента супроводжується консультаціями не лише викладачів, а й фахівців-практиків. Виконання фахових доручень, діалогова форма спілкування з керівниками практики, самостійна постановка пошукових завдань сприяють закріпленню та поглибленню теоретичних знань, усвідомленню необхідності безперервного їх оновлення та вдосконалення.

Практика проводиться на базах, що за своїми функціями відповідають спеціальності та спеціалізації фахівців, яких випускає кафедра економічного проектування та маркетингу. Здобувачі вищої освіти самостійно, з дозволу кафедри економічного проектування та маркетингу, обирають для себе місце проходження практики і пропонують його для затвердження.

Особливість виробничої практики полягає в тому, що здобувачі вищої освіти включаються в коло реальних проблем професійної праці фахівців маркетингу, ознайомлюються з реальним змістом та обсягом їх роботи.

МЕТА І ЗАВДАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Мета виробничої практики – оволодіння студентами практичними навичками та професійним досвідом у сфері маркетингу на реальному підприємстві (установі, організації) за освітньою програмою «Маркетинг» для здобуття освітнього рівня «бакалавр», а також набуття професійного досвіду та компетентностей у сфері маркетингу.

Завдання виробничої практики:

- закріплення теоретичних знань з дисциплін «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетинг промислового підприємства», «Міжнародний маркетинг» та ін.;
- оволодіння практичними навичками, технологією роботи з фаху безпосередньо на робочих місцях;
- закріплення практичних навичок, необхідних для самостійного здійснення маркетингової діяльності, формування та вдосконалення навичок використання маркетингових інструментів у практичній діяльності;
- ознайомлення із структурою підприємства або установи;
- вивчення техніко-економічних умов діяльності підприємства, установи, організації (баз практик), їх фінансового стану;
- планування маркетингових заходів та прийняття відповідних управлінських рішень, що поліпшуватимуть фінансовий стан підприємства;
- вивчення установчих документів та ознайомлення з положеннями про відділи, посадовими інструкціями, взаємовідносинами між структурними підрозділами;
- участь у виконанні конкретних робіт, що здійснюються маркетинговим підрозділом підприємства;
- підготовка пропозицій щодо поліпшення маркетингової діяльності підприємства;
- збір матеріалу для здійснення студентської науково-дослідної роботи, виступів на семінарах і конференціях, виконання рефератів, курсових і кваліфікаційних робіт.

ОСВІТНІЙ РЕЗУЛЬТАТ ПРАКТИКИ

Програмні результати навчання

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

ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

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

ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН19. Визначати ціну та обсяг виробництва за умов конкуренції.

ПРН20. Прогнозувати оптимальні витрати на виробництві та максимальні прибутки у короткостроковій та довгостроковій перспективі.

ПРН22. Використовувати основні положення законодавства з охорони праці, цивільного захисту населення та територій від надзвичайних ситуацій та норми екологічного права.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ

Виробнича практика проводиться згідно з навчальним планом підготовки бакалаврів спеціальності «Маркетинг» та цією програмою практики.

Відповідальність за організацію, проведення і контроль практики покладається на керівництво інституту. Навчально-методичне керівництво і виконання програми навчальної практики забезпечує кафедра економічного проектування та маркетингу. До керівництва практикою студентів залучаються досвідчені викладачі кафедри та керівники, методисти закладів, установ, в які направляються студенти. При проведенні виробничої практики визначається кількість практикантів на одного викладача (до 8 студентів).

Практика проводиться відповідно до календарного графіка, який передбачає: виконання самостійних завдань на конкретному робочому місці; індивідуальне завдання; проведення навчальних занять та екскурсій; оформлення звіту про практику.

Базами виробничої практики можуть бути підприємства усіх форм власності та різних організаційно-правових форм, що здійснюють виробничо-господарську діяльність, а також банківські та страхові організації.

Керівник практики від інституту зобов'язаний:

- при підготовці до проведення практики ознайомити студентів з програмою практики, вивчити необхідну навчально-методичну документацію та отримати від завідувача кафедри вказівки щодо проведення практики;
- проконтролювати підготовленість бази та об'єктів практики та вжити, за необхідності, потрібних заходів щодо їх підготовки;
- безпосередньо перед початком практики погодити програму практики та провести інструктаж про порядок проходження практики і з техніки безпеки, виробничої санітарії та протипожежної безпеки;
- провести настановчу і підсумкову конференції з виробничої практики;
- ознайомити студентів з метою, завданнями та змістом практики; повідомити про систему звітності після завершення практики;
- систематично контролювати виконання програми практики студентами згідно з індивідуальними графіками і сприяти координації дій з керівником практики від підприємства;
- проводити консультації для студентів з організаційних, методичних питань практики;
- контролювати ведення щоденних записів виробничої практики студентів спеціальності «Маркетинг» та написання звіту;
- контролювати дотримання правил внутрішнього розпорядку;

- перевіряти звіти з практики і приймати їх захист;
- систематично інформувати кафедру про хід виробничої практики;
- взяти участь у роботі комісії, призначеної завідувачем кафедри, з проведення захисту звітів з практики студентів;
- оцінити роботу студентів на основі спостережень, характеристики з бази практики, звітної документації;
- по закінченні практики надати короткий письмовий звіт про результати практики і захист звітів разом із зауваженнями і пропозиціями щодо удосконалення практичної підготовки студентів.

Керівник практики від підприємства, організації чи установи зобов'язаний:

- разом з навчальним закладом нести відповідальність за організацію, якість і результати практики студентів;
- організовувати виробничу практику відповідно до угоди та програми практики;
- ознайомити студентів з організаційною структурою, системою управління та проблемами підприємства, установи, організації відповідно до завдання керівника практики від вузу;
- надавати методичну й інформаційну допомогу в процесі виконання індивідуальних завдань;
- брати участь в аналізі та оцінці роботи, проведеної студентами;
- складати відгук про практику студентів, в якому зазначати ділові та моральні якості, виявлені практикантами при проходженні практики, та оцінювати їх діяльність;
- брати участь у нарадах з виробничої практики, а також, за можливості, у підсумковій конференції за результатами практики.

Права та обов'язки студента-практиканта:

- перед початком практики отримати на кафедрі програму практики та щоденник практики, в якому вказується база практики, керівник практики від інституту, завдання та календарний графік практики. Щоденник підписується керівником практики від інституту;
- ознайомитись з програмою практики і змістом робіт, які він буде виконувати, пройти на кафедрі інструктаж про порядок її проходження та

інструктаж з техніки безпеки, протипожежної безпеки, виробничої санітарії (під особистий підпис) і попередження нещасних випадків, одержати від керівника практики всі необхідні документи (програму, щоденник, індивідуальні завдання, методичні рекомендації тощо);

- прибути на базу практики точно в строк, встановлений наказом директора;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики та вказівки її керівників;
- ознайомитись з рекомендованою літературою;
- одержати необхідну консультацію з організаційних та методичних питань від керівника практики;
- взяти участь в інструктивних зборах, які проводить деканат інституту;
- дотримуватися правил охорони праці, техніки безпеки, внутрішнього трудового розпорядку;
- погодити і подати на затвердження керівникові практики календарний план роботи та під час практики дотримуватись термінів його виконання;
- нести відповідальність за виконану роботу;
- до закінчення терміну проходження практики подати на кафедру календарний план, щоденні записи виробничої практики та звіт про проходження практики;
- завчасно підготувати письмовий звіт за результатами практики та захистити його на засіданні комісії.

Студенти можуть за погодженням з керівництвом самостійно підбирати базу практики.

Студентам-практикантам призначаються керівники практики з числа досвідчених працівників організації (установи, підприємства).

Організація виробничої практики передбачає три етапи: *підготовчий, основний (робочий) та підсумковий*. Підготовчим етапом до практики є проведення настановчої конференції, на якій присутні представники адміністрації інституту, здобувачі вищої освіти, групові керівники-методисти практики та методисти від відповідних кафедр. Здобувачі вищої освіти ознайомлюються із завданнями, вимогами до оформлення звітної документації, з керівниками практики.

Другий етап (основний (робочий)) передбачає безпосереднє проходження здобувачем вищої освіти практики на базі підприємств та організацій. Під час практики відбувається співробітництво практиканта та групового керівника

практики, що сприяє ефективному вирішенню назрілих поточних питань. Методисти практики консультують здобувачів вищої освіти, надають методичну допомогу, відвідують (вибірково) заняття (заходи) практикантів, беруть участь у їх обговоренні. У процесі самостійної роботи студенти готуються до проведення певної роботи у сфері маркетингу, опрацьовують наукову літературу, узагальнюють результати дослідження.

Третій, підсумковий, етап передбачає підготовку та здачу звітної документації з практики та проведення підсумкової конференції, на якій обговорюються заздалегідь визначені питання та ті, що виникли під час практики. Звітна документація включає матеріали практики, звіт практиканта про виконану роботу та характеристику, за можливості, затверджену печаткою.

Завершує практику участь студента-практиканта у захисті результатів практики (його дата оголошується заздалегідь). Студенти готують виступи, які відображають хід і результати практики.

Захист виробничої практики відбувається у присутності екзаменаційної комісії, до складу якої входить завідувач кафедри та керівники практики від кафедри та інституту. Комісія підводить підсумки роботи студентів, оголошує підсумкову оцінку, висловлює зауваження і побажання.

Загальна оцінка за практику вноситься в заліково-екзаменаційну відомість за підписом групового керівника.

Виробнича практика студента оцінюється за чотирибальною системою й враховується нарівні з іншими дисциплінами навчального плану. Студент має право у разі захворювання чи інших обставин, що перешкоджають пройти практику, повторно відвідувати практику без відриву навчання (за умови подання довідки, лікарняного листа). Студент, який не виконав вимог практики й дістав негативний відгук про роботу або незадовільну оцінку під час захисту звіту, вважається таким, що не виконав навчальний план.

ПРОГРАМА ПРАКТИКИ

Зміст програми практики на підприємстві

Під час проходження виробничої практики студент повинен вивчити такі *аспекти діяльності* підприємства – бази практики:

1) Загальне ознайомлення з діяльністю підприємства.

На початку практики слід ознайомитись з організацією діяльності підприємства, його організаційною структурою управління, специфікою виробництва та реалізації товару (послуг). Звернути увагу на систему матеріально-технічного постачання. Ознайомлення зі специфікою діяльності маркетингових служб на підприємствах. Необхідно визначити специфіку діяльності маркетингових служб підприємства, проаналізувати організаційну структуру управління підрозділом, розглянути положення про відділ, посадові обов'язки кожного працівника служби і визначити зв'язки служби маркетингу з іншими підрозділами підприємства, а також кожного працівника служби маркетингу окремо.

2) Організація, здійснення, аналіз маркетингових досліджень.

Звернути увагу на методи маркетингових досліджень на підприємстві, систему опитування, джерела формування інформації як першочергової, так і другорядної, формування інформаційної системи підприємства. Окремо слід звернути увагу на систему обробки інформації, наявність комп'ютерних програм, ознайомитись, як вони працюють. Визначити основні методи прогнозування попиту споживачів і розглянути можливості застосування інших методів на підприємстві, що є базою практики. За результатами маркетингових досліджень взяти участь у формуванні рекомендацій з маркетингу щодо подальшої діяльності підприємства.

3) Товарна політика підприємства, управління асортиментом, життєвий цикл товару.

Вивчити продуктовий асортимент підприємства, визначити за кожним товаром чи послугою етап життєвого циклу, конкурентоспроможні властивості кожного товару та послуги, визначитись щодо асортиментного управління.

4) Маркетингова цінова політика підприємства.

Сформувати практичні навички розрахунку й ефективності здійснення цінової політики. Особливу увагу звернути на методи встановлення цін, розрахунки з партнерами, види цін, що застосовуються на підприємстві, цінову політику конкурентів; ознайомитись з методами ціноутворення на підприємстві. Визначити, які види знижок застосовує підприємство при збуті власної продукції; визначити їх ефективність.

5) Канали розподілу і ефективність їх діяльності.

Розглянути види каналів розподілу, що існують на підприємстві горизонтальні, вертикальні, прямі, побічні, змішані, прямого, зворотного напрямів та ін. Визначити посередників, послугами яких користується фірма, специфіку роботи з ними. Взяти участь в оцінюванні ефективності каналів розподілу, визначити постійних партнерів, ознайомитись із системою укладення угод, їх юридичною силою.

6) Маркетингова комунікаційна політика підприємства.

Визначити систему організації комунікацій на підприємстві, види та етапи комунікаційної політики. Встановити ефективність вибору рекламоносіїв, визначення рекламних бюджетів, медіа-планування; ознайомитись з рекламною кампанією підприємства. Ознайомитись з організацією діяльності підприємства зі зв'язків із громадськістю, шляхи налагодження таких зв'язків, методи досягнення найбільшої ефективності, процеси формування іміджу фірми тощо. Ознайомитись із системою стимулювання збуту, визначити методи стимулювання персоналу, посередників, споживачів, постачальників, а також послідовні етапи стимулювання збуту підприємства. Ознайомитись з організацією особистих продажів на підприємстві та пропаганди, якщо вони існують.

7) Планування маркетингової діяльності.

Ознайомитись із системою планів підприємства, процесом вибору маркетингової стратегії, формуванням стратегічного плану підприємства, а також маркетинговим стратегічним планом. Визначити, на якій основі формується оперативний маркетинговий план, з яких розділів складається і яка специфіка розрахунку кожного з його показників. Оцінити ефективність маркетингового плану і продумати, чому деякі плани складаються окремо, хоча показують процес планування рекламної кампанії, план розробки нової продукції, план паблік-релейшнз діяльності та ін.

8) Контроль за виконанням маркетингових заходів.

Ознайомитись із системою оцінювання ефективності вжиття маркетингових заходів, видами контролю, які застосовуються підприємством (вхідний, проміжний, вихідний), та їх ефективністю. Визначити можливість застосування нових методів контролю на підприємстві.

9) Індивідуальні завдання.

Індивідуальні завдання здобувачі вищої освіти отримують у керівників практики від навчального закладу відповідно до бази виробничої практики.

ДОКУМЕНТАЦІЯ, ОБЛІК І ОЦІНКА ПРАКТИКИ

Звітною документацією практики є:

- щоденник;
- письмовий звіт про проходження практики.

Звітну документацію студент-практикант подає керівникові практики від інституту не пізніше, ніж за 2 тижні до дня захисту практики (конференції).

Правила ведення й оформлення щоденника:

1. Під час практики студент щодня коротко записує в щоденник усе, що він зробив за день, виконуючи план практики.
2. Щоденниковий запис виконується у день практики.
Щонайменше раз на тиждень студент подає щоденник керівникам практики від інституту та організації на перевірку. Вони дають письмові зауваження, додаткові завдання і підписують нотатки, зроблені студентом-практикантом.
3. Після закінчення практики щоденник подається керівникам практики для остаточної перевірки.
4. Оформлений щоденник студент захищає перед комісією кафедри на підсумковій конференції.
5. Без заповненого щоденника практика не зараховується.

Структура щоденникового запису:

- дата;
- назва підприємства (організації);
- мета і завдання (студент повинен чітко сформулювати, які завдання перед ним поставлені цього дня практики);
- план роботи на день (передбачаються організаційні, навчальні, практичні, методичні види роботи);
- опис змісту роботи (студент описує роботу, яку виконував протягом дня практики);
- досягнуті результати і враження;
- висновки (студент повинен оцінити власну діяльність, вказати на досягнення та недоліки у виконаній роботі, а також шляхи усунення недоліків);
- підпис керівників практики (керівник практики може у щоденнику студента викласти зауваження та пропозиції, якщо у цьому є

необхідність).

Основною метою аналізу щоденникових записів є відстеження динаміки професійного зростання.

Аналізуючи щоденникові записи, студент має звернути увагу на такі аспекти:

- використання професійної термінології;
- узагальнення недоліків ведення щоденникових записів;
- рекомендації щодо вдосконалення власних професійних записів (зміст, структурованість).

Оформлення результатів проведення практики

Звіт складається з таких компонентів:

Титульний лист (див. додаток А).

- Вступ (обґрунтовується актуальність, мета і завдання практики).
- Зміст звіту (короткий і конкретний опис роботи, яка виконувалася за розділами практики) (див. додаток Б):
- виконання плану практики (які відхилення від плану мали місце, чому? що зроблено поза планом?), особливості практики;
- які основні питання вирішувалися в ході практики (наскільки вдалося їх вирішити? які результати отримали? чи виникали труднощі і чому? чи впоралися з ними?);
- яких нових вмінь набули протягом практики, яких знань бракувало, як підвищували кваліфікацію?
- Загальні висновки про практику (досягнення та недоліки в роботі), її доцільність.
- Подані зауваження, їх виконання.
- Власні міркування, пропозиції, рекомендації на основі аналізу та узагальнення особистого практичного досвіду роботи.
- Додатки (зразки зібраної первинної інформації, таблиці, схеми тощо).

Звіт підписують і затверджують керівники практики від інституту і бази практики. Звіт повинен містити відомості про виконання всіх розділів програми та індивідуальних завдань, висновки і пропозиції. Звіт студенти захищають на засіданні кафедри у присутності керівників практики та викладачів зі спеціальних дисциплін. Звіт про результати виробничої практики має бути оформлений на стандартних аркушах паперу (формат А4) і не більше 25

сторінок.

Оцінювання виробничої практики

Керівництво базової установи практики організовує обговорення підсумків роботи студента(ів) і оцінює її за чотирибальною системою. Також оцінюється базовий рівень підготовки студентів на кафедрі відповідно до існуючих на виробництві вимог до професійної кваліфікації.

Відгук з бази практики складає її керівник за результатами діяльності практиканта, його ставленням до практики і має містити таку інформацію:

- загальна характеристика проведеної студентом роботи і ступінь виконання програми практики (своєчасність виконання завдань, рівень їх виконання, творчий підхід);
- готовність до практики в цілому (відвідування, дисциплінованість, активність, творчий підхід);
- оцінка за практику, побажання та рекомендації.

Підбиття підсумків практики та її захист

Основні документи про практику (щоденник, звіти про роботу студентів, пропозиції та матеріали, підготовлені студентами і прийняті для використання в практичній роботі бази практики, характеристика на кожного студента) мають бути підписані керівником бази практики і завірені печаткою. Документи передаються викладачу, який здійснював керівництво виробничою практикою. Захист практики відбувається на засіданні кафедри (підсумковій конференції).

Висновок керівника практики від інституту має містити інформацію про рівень засвоєних студентом теоретичних знань і набутих умінь застосовувати їх на практиці, про обсяг виконання студентом усіх розділів програми практики, про правильність оформлення звітної документації, висновки і пропозиції щодо оцінки практики.

На підсумковій конференції студенти індивідуально захищають звіти з практики. Під час захисту вони мають охарактеризувати виконану роботу на базі практики, запропонувати власні пропозиції щодо її вдосконалення та обґрунтувати їх доцільність.

Критерії оцінювання виконання завдань виробничої практики

При оцінюванні навчальної практики враховується ставлення студента до роботи, відгуки адміністрації, методиста-консультанта установи, де студент проходив практику. Особлива увага приділяється самостійності студента, його вмінню робити висновки та рекомендації. Зокрема:

- успішність виконання програми виробничої практики та індивідуальних завдань керівників;

- дотримання професійної етики, правил внутрішнього розпорядку бази практики;
- активність, ініціативність у процесі виконання завдань;
- систематичність і якість ведення щоденника практики;
- повнота, логічність і стилістична досконалість звіту з практики;
- змістовність, цілісність і лаконізм доповіді та відповідей на запитання на підсумковій конференції;
- сформованість професійних умінь і якостей особистості майбутнього фахівця;
- організованість, впевненість, інтерес до роботи.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

	Оцінка (бали)	Критерії диференціації
1.	90-100	1. Зміст і оформлення звіту про практику відповідають встановленим вимогам, відсутні зауваження керівників практики. 2. Характеристика студента від керівника з організації - позитивна. 3. Під час захисту студент демонструє відмінні знання та розуміння всього програмного матеріалу практики в повному обсязі.
2	70-89	1. Наявні несуттєві зауваження щодо змісту та оформлення звіту про практику. 2. Характеристика студента від керівника з організації - позитивна. 3. У відповідь на запитання з програми практики студент допускає окремі неточності, хоча загалом має тверді знання.
3	50-69	1. Недбале оформлення звіту з відсутністю окремих документів. 2. Переважна більшість питань програми у звіті висвітлена, однак мають місце окремі розрахункові чи логічні помилки, помилки в оформленні. 3. Характеристика студента в цілому позитивна. 4. При відповіді на запитання членів комісії з програми практики студент відповідає невпевнено, допускає помилки, не має твердих знань.
4	0 -49	1. У звіті не висвітлено всі розділи програми практики

		або виявлено, що звіт підготовлений студентом не самостійно. 2. Характеристика студента стосовно практики і трудової дисципліни – негативна. 3. На запитання членів комісії студент не дає задовільних відповідей.
--	--	--

Шкала оцінювання:

A	Відмінно	90 – 100%
B	Дуже добре	82 – 89%
C	Добре	75 – 81%
D	Задовільно	69 – 74%
E	Задовільно (достатньо)	60 – 68%
FX	Незадовільно з можливістю повторного складання	35 – 59%
F	Незадовільно з обов'язковим повторним курсом	1 – 34%

Контроль – диференційований залік. Оцінка за практику вноситься до заліково-екзаменаційної відомості за підписами членів комісії.

Комісія приймає залік у студентів денної форми навчання в останній робочий день практики, а у студентів заочної та дистанційної форм навчання – під час найближчої сесії або попереднього захисту кваліфікаційних робіт.

Студенту, який не виконав програму практики з поважних, підтверджених документально, причин, може бути надано право її повторного проходження за індивідуальним графіком з фінансуванням всіх витрат пов'язаних з її організацією та проведенням фізичними чи юридичними особами за окремим кошторисом.

Студент, який не виконав програму практики з неповажних причин або за підсумками її повторного проходження отримав у комісії незадовільну оцінку, **відраховується з інституту.**

Підсумки кожної практики обговорюються на засіданні випускової кафедри, а загальні підсумки практики підводяться на вчених радах навчальних підрозділів.

Список рекомендованих джерел:

Основні:

1. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. Редакція від 02.05.2025. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. Редакція від 24.12.2024. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
3. Класифікатор професій ДК 003:2010: Наказ Держспоживстандарту України від 28.07.2010 № 327. Редакція від 13.12.2024. <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
4. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010: Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457. Редакція від 04.01.2023. <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>
5. Кодекс академічної доброчесності
6. Положення про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти в ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
<http://maup.com.ua/assets/files/publ-adm/nakaz-191.1-0.pdf>
7. Критерії оцінювання знань і умінь студентів в ПрАТ «ВНЗ «МАУП». - <http://maup.com.ua/assets/files/pdf/ocin-znan-stud.pdf>.
8. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <http://www.svb.org.ua/publications/kontseptsiya-natsionalnoi-strategii-sotsialnoividpovidalnostibiznesu>
9. Павлова О., Лялюк А., Букало Н. Вступ до спеціальності: курс лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2022. 84 с.
10. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Рекомендовано до друку, Гриф ВНУ імені Лесі Українки, рішення Вченої Ради (протокол № 7 від 26.05.22 р.) Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. 408 с.
11. Писаренко Л., Царьова Т.А., Кофанов Є. Маркетинг. Вступ до спеціальності: навчально-методичний комплекс дисципліни: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 82 с
12. Андреева В.М., Кайлюк Є.М., Шаповаленко Д.О. Маркетинг і поведінка споживача на ринку комунальних послуг: навч. посіб. Харків: ХНАМГ, 2007. 150 с.

Допоміжні:

13. Кармінська-Белоброва М.В. Конспект лекцій з дисципліни «Вступ до спеціальності» для студентів денної форми навчання спеціальності 075

«Маркетинг». Х.: НТУ «ХПІ», 2018 р. С.128.

14. Лялюк А. М. Роль міжнародного маркетингу в глобальному підприємстві. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Луцьк : ВежаДрук, 2020. № 4 (24) URL: <https://echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/633>
DOI: <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-04-46-53>

Інформаційні ресурси:

1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
3. Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>
4. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
5. Державний служба статистики URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>
7. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/> .
8. Українська Асоціація Маркетингу (УАМ) Офіційний сайт URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
9. Онлайн-дослідження Kantar Україна. URL: <http://uam.in.ua/upload/iblock/84c/14.pdf>

**ПРАТ «ВНЗ «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ»**

Придніпровський інститут

ЗВІТ

ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Прізвище, ім'я та по-батькові студента_____

Група_____

Спеціальність_____

База практики_____

Керівник практики від інституту_____

Керівник практики від підприємства_____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1	
1.1	
1.2	
1.3	
РОЗДІЛ 2	
2.1	
2.2	
ВИСНОВКИ	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	
ДОДАТКИ	