



Вищий навчальний заклад «НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

ОЗНАЙОМЧА ПРАКТИКА

ОП «Маркетинг»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ПП-1	Ознайомча практика	Обов'язкова освітня компонента практичної підготовки	Перший (бакалаврський)	2	3	6	Диференційований залік

Мова навчання: українська.

Форми здобуття освіти: очна (денна), заочна

Види баз практики: Базами практики для здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» можуть бути: підприємства, організації та установи різних галузей виробництва, діяльність яких передбачає наявність фахівців з посадовими вимогами, що відповідають кваліфікаційним характеристикам ОП «Маркетинг».

Методи навчання: практико-орієнтоване навчання, проблемно-пошуковий, порівняльного аналізу, словесний, пояснювально-демонстраційний, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

Оцінювання: поточне, підсумкове.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
ЗК2	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
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.
ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо
ЗК15	Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

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

СК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
СК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
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.
ПРН16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Засоби діагностики успішності навчання: практичні завдання, індивідуальні питання та завдання тощо.

Зміст освітнього компонента: Основні кваліфікаційні вимоги до фахівця з маркетингу на підприємстві. Ознайомлення із маркетингом як складовою діяльності підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання, із системою організації виробництва на певному підприємстві, де здійснюється ознайомча практика, матеріально-технічним забезпеченням управління підприємством; маркетинговою і рекламною діяльністю підприємства. Основні види діяльності, які здійснює підприємство; структура підприємства та організація роботи маркетологів, їх функціональні обов'язки. Комплекс маркетингу підприємства. Збір, опрацювання та узагальнення практичних матеріалів та оформлення Звіту з ознайомчої практики. Захист Звіту з ознайомчої практики.

Методи навчання: Практико-орієнтоване навчання, проблемно-пошуковий, порівняльного аналізу, словесний, пояснювально-демонстраційний, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

Методи оцінювання: Поточний контроль здійснюється керівниками ознайомчої практики на місцях шляхом повсякденного спостереження за роботою здобувачів вищої освіти та шляхом періодичних перевірок ведення щоденника, матеріалу який зібраний для Звіту з практики (проведення розрахунків, підготовка матеріалів індивідуальних завдань, виконання індивідуальних завдань, підготовка звіту тощо). Підсумковий контроль проводиться на заключному етапі ознайомчої практики та передбачає підсумковий контроль - проведення захисту звіту з практики.

Засоби діагностики результатів навчання. Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожним напрямом практики. Підсумковий контроль передбачає проведення захисту звіту з практики.

Порядок оцінювання результатів навчання: Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою, відповідно до критеріїв, що визначені «Положенням про оцінювання знань здобувачів вищої освіти».

Шкала та критерії оцінювання результатів ознайомчої практики

Бали	Критерії оцінювання
------	---------------------

90-100	Здобувач вищої освіти виконав програму практики, виявив високий рівень опанування програмного матеріалу, самостійність, уміння робити висновки і узагальнення. Здобувач вищої освіти засвідчив належну фахову та методичну підготовку, показав високу загальну, професійну та мовну культуру, здатність до самоаналізу власної діяльності. Здобувач вищої освіти вчасно надав належно оформлений Звіт з виробничої практики.
82-89	Здобувач вищої освіти загалом виконав програму практики, виявив належний рівень компетентності. Здобувач вищої освіти вільно володіє навчальним матеріалом, уміло використовує професійну та наукову термінологію. Здобувач вищої освіти вчасно надав Звіт з виробничої практики, але у процесі роботи допущено незначні фактичні або методичні помилки.
75-81	Здобувач вищої освіти цілком виконав програму практики, виявив достатній рівень компетентності. Здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом, використовує професійну та наукову термінологію, допускаючи незначні помилки. Здобувач вищої освіти вчасно надав Звіт з виробничої практики, але у процесі роботи допущено незначні фактичні або методичні помилки.
64-74	Здобувач вищої освіти частково виконав програму практики. Здобувач вищої освіти частково використовує професійну та наукову термінологію, виявляє базові знання, однак не виявляє самостійності під час проходження практики. Здобувач вищої освіти невчасно надав Звіт з виробничої практики або його оформлення є неякісним.
60-63	Здобувач вищої освіти частково виконав програму практики. Здобувач вищої освіти допускає помилки у професійній та науковій термінології, допускає помилки під час виконання завдань, безвідповідально ставиться до проходження практики. Здобувач вищої освіти надав Звіт з виробничої практики або не в повному обсязі, або його оформлення є неякісним.
35-59	Здобувач вищої освіти не виконав програму практики або виконав лише частину завдань. Здобувач вищої освіти отримав негативний відгук про свою роботу під час проходження практики. Здобувач вищої освіти не надав Звіт з виробничої практики . Здобувач вищої освіти може повторно пройти практику та отримати позитивну оцінку.
1-34	Здобувач вищої освіти не виконав програму практики. Є потреба повторно пройти практику.

Рекомендована література:

1. Бородкіна Н. О. *Маркетинг: навч. посіб.* Київ: Кондор, 2022. – 362 с.
2. Котлер Ф. *Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру.* Київ: Альпіна Паблішер, 2021. – 251 с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. *Основи маркетингу.* Київ: Діалектика, 2020. – 880 с.
4. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. *Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового.* Київ: КМ-БУКС, 2019. – 224 с.
5. *Маркетинг: Світовий досвід та український вимір: підручник / За заг. ред. А. О. Старостіної.* Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. – 484 с.
6. *Маркетинг: підручник / Буряк Р.І., Збарський В.К., Ларіна Я.С. та ін. К.: ЦП "Компринт", 2019. – 750 с.*
7. *Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.*
8. *Маркетингова діяльність підприємств: підручник за заг. ред. Косенко О.П. 2-ге вид., зі змінами і доповненнями. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. – 1155 с.*

9. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О.М. *Маркетинг: теорія і практика: підручник*. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. – 408 с.
10. Петруня В.Ю., Петруня Ю.Є. *Управління маркетинговою діяльністю. навч. посіб.* Дніпро : Ун-т мит. справи та фінансів, 2021. – 104 с.
11. Серкутан Т.В., Єрмошенко М.М. *Сучасні технології маркетингу // Актуальні проблеми економіки. - №7-8. – 2021. – с.36-43.*

Керівник практики від ЗВО: Неговська Юлія Миколаївна, кандидат економічних наук, декан факультету економіки, управління та інформаційних технологій.

Гарант освітньої програми:

Баула Олексій Віталійович,

кандидат економічних наук, доцент

