АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

Факультет Економіки, соціальних технологій та туризму

Академія праці, соціальних відносин і туризму	**Academy of Labour, Social Relations and Tourism**
Кафедра маркетингу	**Department of Marketing**

"ЗАТВЕРДЖУЮ"

Проректор з навчально-педагогічної роботи

_____ І.С. Чорнодід

"__" _____ 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Виробнича практика

(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань – D «Бізнес, адміністрування та право»

Спеціальність – D5 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма – Маркетинг

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Київ 2026

Робоча програма навчальної дисципліни “Виробнича практика” для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня “Магістр” спеціальності D5 Маркетинг освітньо-професійної програми “Маркетинг”

Розробник: **Бабічева Олена Іванівна,** кандидат економічних наук, доцент

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу

Протокол 1 від “24” серпня 2026 року

Завідувач кафедри маркетингу

_____ Писаренко Н.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено науково-методичною радою Академії праці, соціальних відносин і туризму

Протокол 1 від “27” серпня 2026 року

Голова _____ (Чорнодід І.С.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

© Бабічева О.І., 2026 рік
© АПСВТ, 2026 рік

ВСТУП

Практична підготовка здобувачів – органічна та невід'ємна складова процесу підготовки магістрів маркетингу передбачена відповідним Державним стандартом вищої освіти та є обов'язковим компонентом освітньо-професійної програми.

Навчально-методичним документом, що регламентує проходження практичної підготовки здобувачами спеціальності D5 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) освітнього рівня, є наскрізна програма практики. Програма реалізує принцип системності та безперервності навчання, забезпечуючи послідовне формування і поглиблення професійних компетентностей. Її впровадження дозволяє здобувачам не лише закріпити та розширити теоретичну базу, а й опанувати комплексні компетентності, необхідні для розв'язання складних інноваційних завдань у маркетинговій діяльності, достатніх для ефективного виконання професійних функцій на відповідному рівні.

Робоча програма виробничої практики розроблена в межах Наскрізної програми практики відповідно до освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг в АПСВТ та згідно:

- Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII;
- Закону України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII;
- Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування (за чинною класифікацією – спеціальність D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право), затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 № 960;
- Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 08.04.1993 № 93;
- «Положення про організацію освітнього процесу в Академії праці, соціальних відносин і туризму» від 7 квітня 2026 року, протокол № 7;
- Положення про організацію та проведення практики здобувачів вищої освіти Академії праці, соціальних відносин і туризму (ухвалене Вченою радою АПСВТ, протокол від 27.04.2023 № 9);
- Порядку визнання у вищій та фаховій передвищій освіті результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 08.02.2022 № 130;
- Наскрізної програми практичної підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг (2026); навчального плану кафедри маркетингу АПСВТ.

Робоча програма має структуру, встановлену Положенням, і містить перелік результатів навчання, рекомендації щодо видів і форм контролю та критерії оцінювання. Вона розглядається вченою радою факультету і науково-методичною радою, затверджується проректором з навчально-педагогічної роботи, розміщується в системі дистанційного навчання MOODLE та переглядається щонайменше один раз на п'ять років або за потреби частіше.

2. МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

Основною *метою виробничої практики є* поглиблення та закріплення теоретичних знань, здобутих у процесі навчання, набуття первинних практичних умінь і навичок організації та здійснення маркетингової діяльності на конкретному ринковому суб'єкті, ознайомлення з роботою служби маркетингу підприємства (організації) та формування навичок аналізу комплексу маркетингу і соціально відповідальної маркетингової практики підприємства.

Основними завданнями виробничої практики є:

–ознайомлення з діяльністю підприємства, його організаційною структурою управління та вимогами охорони праці;

–вивчення специфіки діяльності маркетингової служби підприємства;

–ознайомлення з організацією та методами маркетингових досліджень на підприємстві;

–аналіз елементів комплексу маркетингу підприємства (товарна, цінова, збутова та комунікаційна політика);

–оцінювання соціально відповідальної маркетингової практики підприємства;

–обґрунтування пропозицій щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства .

3. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ПРАКТИКИ

Результатом проходження практики є формування таких компетентностей здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти (за освітньо-професійною програмою):

ІК. Здатність розв’язувати складні задачі і проблеми в сфер маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.

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

ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК9.Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності

*Спеціальні (фахові) компетентно*сті:

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

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб’єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

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

Відповідно до освітньої програми *виробнича практика* має забезпечити досягнення здобувачами освіти таких програмних результатів навчання:

ПРН2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.

ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб’єкта.

ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб’єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб’єктами ринку.

ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН16. Аналізувати та впроваджувати принципи сталого розвитку у маркетингову діяльність з урахуванням соціальних, екологічних і економічних наслідків для формування довгострокової цінності бізнесу та суспільства.

Реалізація мети наскрізної практичної підготовки здобувачів узгоджується з положеннями Цілей сталого розвитку ООН (ЦСР), зокрема №4 «Якісна освіта», №8 «Гідна праця та економічне зростання», № 9 «Індустріалізація, інновації та інфраструктура», №12 «Відповідальне споживання і виробництво», № 16 «Мир, справедливість та сильні інститути» та №17 «Партнерство заради сталого розвитку» (табл. 3.1.)

Таблиця 3.1

Відповідність компетентностей, які набуваються в процесі проходження практики, цілям та підцілям сталого розвитку ООН (Agenda 2030)

Ціль сталого розвитку (ЦСР)	Релевантні підцілі СР	Відповідні компетентності (ЗК, СК)
4. Якісна освіта	4.3 – забезпечення рівного доступу до якісної вищої освіти; 4.4 – розвиток професійних і практичних навичок для працевлаштування; 4.6 – підвищення рівня грамотності та чисельної обізнаності; 4.7 – формування знань і навичок для сталого розвитку; 4.а – створення безпечного, інклюзивного та ефективного освітнього середовища	ЗК1, ЗК3, ЗК5, ЗК6, ЗК7, ЗК10, СК3, СК5, СК9
8. Гідна праця та економічне зростання	8.2 – підвищення продуктивності праці через інновації; 8.3 – підтримка підприємництва та розвитку малого і середнього бізнесу; 8.4 – підвищення ефективності використання ресурсів; 8.5 – забезпечення гідної праці та повної зайнятості; 8.6 – сприяння зайнятості та професійному розвитку молоді	ЗК1, ЗК3, ЗК4, ЗК7, ЗК8, СК5, СК6, СК8, СК9
9. Індустріалізація, інновації та інфраструктура	9.1 – розвиток надійної та сталої інфраструктури; 9.4 – модернізація галузей з підвищенням ресурсоефективності; 9.5 – посилення наукових досліджень та інноваційного потенціалу;	ЗК4, ЗК6, ЗК8, СК3, СК5, СК6, СК7, СК9 СК8
12. Відповідальне споживання і виробництво	12.2 – раціональне та ефективне використання природних ресурсів; 12.4 – екологічно безпечне управління ресурсами та відходами; 12.6 – заохочення компаній до впровадження сталих практик і нефінансової звітності	ЗК4, ЗК10, СК5, СК6, СК8, СК10

16. Мир, справедливість та сильні інститути	16.5 – зниження рівня корупції та зловживань; 16.6 – розвиток ефективних, підзвітних і прозорих інституцій; 16.10 – забезпечення доступу до інформації та захист основних свобод	ЗК1, ЗК3, ЗК6, ЗК9, СК8
17. Партнерство заради сталого розвитку	17.14 – підвищення узгодженості політик сталого розвитку; 17.16 – глобальне партнерство для обміну знаннями та досвідом; 17.17 – розвиток партнерства між державним, приватним і освітнім секторами	ЗК5, ЗК6, ЗК8, ЗК10, СК5, СК6, СК8, СК9

4. ЗМІСТ ПРАКТИКИ

4.1. Обсяг і структура практики

Виробнича практика передбачена *у* другому семестрі загальним обсягом 3 кредити ЄКТС (90 годин), 2 тижні:

№ з/п	Назва виду практики	Кредитів ЄКТС	Годин	Тижнів	Курс	Контроль
1	Виробнича практика	3	90	2	1 курс	диф. залік

Форма підсумкового контролю – диференційований залік

4.2. Етапи проходження практики

Практика охоплює три етапи:

–підготовчий – проведення настановної наради, де визначаються порядок, мета проходження практики, конкретні завдання, звітність; здобувачі розподіляються за керівниками практики;

–основний – керівники практики надають методичні рекомендації щодо проходження практики, контролюють якість виконання завдань, проводять консультації;

–підсумковий – здобувачі заповнюють щоденник практики, готують звіт; після завершення практики відбувається захист звітів перед комісією.

4.3. Тематичний план практики

Зміст виробничої практики включає:

№ з/п	Найменування тем (робіт)
1	**Загальне ознайомлення з діяльністю підприємства.** Ознайомитися з організаційно-правовою формою та формою власності, статутом підприємства; номенклатурою та специфікою створення та реалізації товару (послуг); основними показниками за 2–3 роки (обсяг реалізації, виручка, собівартість, прибуток, чисельність працівників) за даними фінансової звітності. Проходження інструктажу з охорони праці та техніки безпеки, правила внутрішнього розпорядку
2	**Ознайомлення зі специфікою діяльності маркетингових служб.** Визначити специфіку діяльності маркетингової служби підприємства, проаналізувати організаційну структуру управління підрозділом, розглянути положення про відділ, посадові обов'язки працівників. Визначити ключові проблеми у кадровій політиці, пов'язані із запровадженням маркетингу в управлінні.

3	**Організація, здійснення та аналіз результатів маркетингових досліджень.** Ознайомитися з методами маркетингових досліджень на підприємстві, системою опитування, джерелами формування первинної та вторинної інформації. Вивчити систему обробки інформації, наявність спеціалізованих програм. Визначити основні методи прогнозування попиту споживачів.
4	**Товарна політика підприємства, управління асортиментом, життєвий цикл товару.** Вивчити продуктовий асортимент підприємства, оцінити показники асортименту (ширина, глибина, насиченість). Визначити етап життєвого циклу обраного товару (послуги), його конкурентоспроможність, властивості. Дослідити систему якості та товарну інноваційну політику підприємства.
5	**Маркетингова цінова політика підприємства.** Визначити методи ціноутворення, що застосовуються на підприємстві, види цін, знижок та їх ефективність. Дослідити цінову стратегію підприємства та фактори, що впливають на цінову політику.
6	**Канали розподілу і ефективність їх діяльності.** Розглянути види каналів розподілу на підприємстві (горизонтальні, вертикальні, прямі, побічні, змішані), визначити посередників та специфіку роботи з ними. Дослідити питання вибору системи збуту, контролю за діяльністю каналів розподілу. Провести аналіз витрат і прибутковості каналів розподілу підприємства, видів сервісного обслуговування клієнтів.Оцінити ефективність каналів розподілу, систему укладення угод.
7	**Маркетингова комунікаційна політика підприємства.** Визначити систему організації маркетингових комунікацій, види та етапи комунікаційної політики. Ознайомитися з рекламною кампанією підприємства, системою стимулювання збуту, зв'язками з громадськістю, особистими продажами.Дослідити види реклами, що застосовує підприємство, критерії відбору рекламного агентства і рекламоносіїв, методи розрахунку рекламного бюджету. Дослідити рекламну діяльність конкурентів.
8	**Соціальна відповідальність підприємства .** Ознайомитися з видами соціальної відповідальності підприємства (економічна, правова, етична, філантропічна). Вивчити (за наявності) зміст соціального пакету. Визначити рівень корпоративної соціальної відповідальності у відносинах зі споживачами. Провести моніторинг основних сфер прояву соціальної відповідальності: ділова практика щодо власного персоналу; чесні ділові стосунки на ринку; відносини підприємства з громадою; заходи щодо захисту навколишнього середовища. Дослідити застосування інструментів соціального маркетингу на підприємстві: соціальну рекламу, cause-related marketing (маркетинг, пов'язаний із суспільно значущою справою), благодійні та волонтерські програми, партнерства з громадськими організаціями. Вивчити (за наявності) нефінансову (соціальну, ESG-) звітність підприємства. Визначити показники оцінки ефективності соціально відповідальних маркетингових заходів (вплив на репутацію, лояльність споживачів, впізнаваність бренду).
9.	**Розроблення заходів покращення маркетингової діяльності підприємства** Узагальнити результати виконаних завдань програми практики, виявити проблеми та резерви вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. Обґрунтувати пропозиції щодо їх розв’язання (з урахуванням індивідуального завдання), оцінити очікувані результати їх упровадження та викласти пропозиції в останньому розділі звіту.

Індивідуальні завдання здобувачі отримують у керівників практики від кафедри відповідно до бази практики.

Кожен здобувач працює за індивідуальним планом-графіком, який складається керівником практики від кафедри на основі наскрізної програми, рівня підготовки здобувача, а також завдань і планів роботи конкретної організації – бази практики.

4.4. Організація проходження практики

Практика організовується згідно з Положенням про організацію та проведення практики здобувачів вищої освіти АПСВТ (далі – Положення), наскрізною програмою практичної підготовки та цією робочою програмою. Місце проведення практики – підприємства та організації будь-яких організаційно-правових форм і форм власності, що здійснюють маркетингову діяльність. Співпраця АПСВТ з підприємствами – базами практики відбувається на підставі відповідних договорів.

Договір про проведення практики за встановленою формою (Додаток 1 до Положення) укладається не пізніше ніж за один місяць до початку практики; відповідальними за проведення переговорів та укладання договорів є декани факультетів. Строк дії договору визначається сторонами: він може встановлюватися на період конкретного виду практики або до п'яти років. Якщо здобувача направлено на навчання за цільовим договором із юридичною особою, він за згодою кафедри проходить практику в цій організації, окремий договір на проведення практики при цьому не укладається.

Дозволяється проходження практики на базах практики, які пропонуються самими здобувачами. Для цього необхідно отримати дозвіл випускної кафедри на проходження практики в певній інституційній одиниці. У разі відсутності договору про співпрацю з Академією здобувачі ініціюють і забезпечують у вказані строки надходження гарантійних листів від зазначених інституційних одиниць щодо їхньої згоди виступити базою практики з обов'язковим повідомленням реквізитів установи та відомостей про керівника бази практики.

Розподіл здобувачів за базами практики і призначення керівників здійснюється кафедрою маркетингу і оформлюється наказом ректора не пізніше ніж за один тиждень до початку практики. У наказі визначаються: назва практики; особа, яка здійснює загальне керівництво практикою; терміни проведення практики та настановної наради; розподіл здобувачів за базами практики (з точною назвою юридичної особи) та керівниками від Академії; термін подання загального звіту про практику до навчально-методичного відділу. Проєкт наказу готує кафедра маркетингу та погоджує його з деканом факультету, начальником навчально-методичного відділу, головним бухгалтером і проректором з навчально-педагогічної роботи. Розподіл здобувачів на практику здійснюється з урахуванням замовлень на підготовку фахівців та їх майбутнього місця роботи. Після підписання наказу зміни з організаційних питань практики не допускаються. Самостійно змінювати базу та місце практики здобувач не має права. У разі відсутності здобувача на місці практики протягом терміну проходження практики без поважних причин вважається, що здобувач не виконав вимоги освітнього процесу.

Здобувач вищої освіти, який проходить практику, зобов'язаний:

– до початку практики одержати необхідну документацію та консультації щодо її оформлення;

– своєчасно прибути на базу практики та дотримуватись режиму її роботи;

– виявляти вихованість, культуру спілкування, зразкову поведінку, ввічливість, професіоналізм;

– систематично вести щоденник практики, не рідше одного разу на тиждень подавати його на перевірку керівникам практики;

– у повному обсязі виконувати завдання, передбачені програмою практики і вказівками її керівників;

– вивчити і суворо дотримуватися правил охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії;

– нести відповідальність за виконану роботу;

– своєчасно оформити звітну документацію та захистити звіт з практики.

Обов'язки керівника практики від кафедри:

– перед початком практики контролювати готовність баз практики до прибуття здобувачів ;

– забезпечити здобувачів програмою практики, провести інструктаж про порядок проходження практики та правила техніки безпеки;

–повідомити здобувачів про систему звітності з практики, прийняту на кафедрі (подання письмового звіту, оформлення виконаного індивідуального завдання, підготовка доповіді тощо);

– контролювати проходження практики, зокрема забезпечення нормальних умов праці і побуту здобувачів, їх відвідування бази практики та виконання правил внутрішнього трудового розпорядку, перевіряти щоденники та звіти здобувачів;

– забезпечити, у тісному контакті з керівником практики від бази практики, високий рівень і якість проведення практики згідно з програмою;

–у складі комісії приймати захист звіту з практики, оцінювати його та оформлювати у щоденнику результати проходження практики у вигляді висновку;

– скласти і подати на кафедру письмовий звіт про проведену практику.

Бази практик в особі їх перших керівників разом з Академією несуть відповідальність за організацію, якість і результати практики здобувачів вищої освіти. Обов'язки безпосередніх керівників, призначених базами практики визначається відповідними договорами на проведення практики.

Згідно умов договору (Додаток 1 до Положення) **база практики зобов'язується:**

– призначити наказом кваліфікованих фахівців для безпосереднього керівництва практикою;

– створити необхідні умови для виконання студентами програм практики, не допускати використання їх на посадах та роботах, що не відповідають програмі практики та майбутній спеціальності;

– забезпечити студентам умови безпечної роботи на кожному робочому місці. Проводити відповідні інструктажі з охорони праці. У разі потреби провести навчання студентів-практикантів безпечних методів праці;

– надати студентам-практикантам можливість користуватись документацією, необхідною для виконання програми практики;

– забезпечити облік виходів на роботу студентів-практикантів. Про всі порушення трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку та про інші порушення повідомляти Академію протягом трьох днів з дня виявлення порушення;

– після закінчення практики оформити відгук про проходження практики кожного студента-практиканта, в якому оцінити роботу студента та якість підготовленого ним звіту, підписати відгук та засвідчити його печаткою.

За наявності вакантних місць здобувачі можуть бути зараховані на штатні посади, якщо робота на них відповідає вимогам програми практики; не менше 50 відсотків часу при цьому відводиться на загальнопрофесійну підготовку за програмою практики.

Особливості проходження практики здобувачами заочної форми навчання:

– здобувачі заочної форми навчання за наказом ректора проходять практику, як правило, в індивідуальному порядку на підприємствах (в установах, організаціях) у міжсесійний період протягом семестру, в якому передбачена практика;

– графік проходження практики може складатися з окремих періодів різної тривалості загальним обсягом, що визначається навчальним планом;

– здобувачі, які бажають пройти практику на підприємстві, де вони працюють, або на самостійно обраній базі, подають на кафедру лист-згоду від підприємства під час попередньої екзаменаційно-залікової сесії; наказ про проведення практики та розподіл за базами видається не пізніше ніж за два тижні до початку практики;

–здобувачам, які мають досвід практичної роботи за спеціальністю, може бути зараховано результати навчання (практичні навички), набуті в процесі роботи, за рішенням комісії з визнання результатів навчання; для цього здобувач під час попередньої екзаменаційно-залікової сесії подає на ім'я декана факультету заяву (Додаток 2 до Положення), завірену копію трудової книжки або довідку з місця роботи із зазначенням посад і термінів роботи, копію посадової інструкції або перелік функціональних обов'язків, характеристику з місця роботи з оцінкою результативності діяльності, або декларацію про попереднє навчання (Додаток 3 до Положення);

– комісія проводить засідання під час сесії до підготовки наказу про розподіл студентів, на підставі поданих документів і співбесіди ухвалює рішення про визнання результатів практики та виставляє оцінку; у разі негативного рішення комісії здобувач зобов'язаний пройти практику відповідно до робочої програми практики.

5. ФОРМИ І МЕТОДИ КОНТРОЛЮ. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

5.1. Форми і методи контролю

Поточний контроль проходження практики здійснюють керівники практики від кафедри і від бази практики шляхом щотижневого перегляду щоденника, консультацій та перевірки виконання завдань відповідно до тематичного плану. Підсумковий контроль включає рецензування звіту керівником практики від кафедри, захист звіту перед комісією та диференційований залік.

До захисту допускаються лише ті здобувачі, які:

–повністю виконали програму практики;

–отримали позитивну характеристику-відгук керівника від бази практики;

–оформили щоденник практики і звіт відповідно до встановлених вимог;

–отримали позитивну оцінку звіту від керівника практики від кафедри.

У процесі захисту оцінюються:

– повнота виконання програми практики та індивідуального завдання;
– якість оформлення щоденника та звіту;
– відповіді здобувача на поставлені запитання.

Загальна оцінка формується з урахуванням оцінки керівника практики від кафедри та результатів захисту. Формою контролю є диференційований залік.

5.2. Критерії оцінювання

Оцінювання здійснюється відповідно до шкали, наведеної в таблиці 5.1, згідно з чинним Положенням про організацію освітнього процесу в Академії праці, соціальних відносин і туризму; критерії оцінювання визначаються цією програмою. Оцінка за національною шкалою та шкалою ECTS вноситься до заліково-екзаменаційної відомості та залікової книжки здобувача за підписами членів комісії.

Таблиця 5.1

Переведення підсумкової оцінки за внутрішньою100-бальною шкалою в національну чотирибальну шкалу та шкалу за системою ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	ОЦІНКА ECTS	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ
90-100	A	Відмінно
80-89	B	Добре
70-79	C	Добре
60-69	D	Задовільно
50-59	E	Задовільно

35-49	Fx	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним проходженням практики

Зміст критеріїв оцінювання результатів практики:

Оцінка «відмінно» (90–100 балів, A) ставиться здобувачу вищої освіти за повне та своєчасне виконання програми практики й індивідуального завдання, високий рівень підготовки звіту та щоденника, їх відповідність установленим вимогам, а також ґрунтовні, змістовні й аргументовані відповіді на запитання під час захисту. Здобувач демонструє здатність самостійно застосовувати набуті фахові знання для аналізу діяльності підприємства та обґрунтування практичних пропозицій відповідно до теми кваліфікаційної роботи.

Оцінка «добре» (80–89 балів, B; 70–79 балів, C) ставиться за повне або переважно повне виконання програми практики та індивідуального завдання, належний рівень підготовки звіту й щоденника за наявності окремих недоліків у змісті, оформленні або обґрунтуванні результатів. Під час захисту здобувач демонструє достатній рівень фахових знань і дає правильні, але не завжди повні та аргументовані відповіді на поставлені запитання.

Оцінка «задовільно» (60–69 балів, D; 50–59 балів, E) ставиться за виконання програми практики та індивідуального завдання з помітними недоліками, окремими помилками або неповним розкриттям окремих завдань. Звіт і щоденник містять недоліки в змісті або оформленні, але дають змогу оцінити результати практики. Під час захисту здобувач демонструє базовий рівень фахових знань, відповідає на поставлені запитання, проте його відповіді є неповними, недостатньо аргументованими або містять неточності.

Оцінка «незадовільно з можливістю повторного складання» (35–49 балів, FX) ставиться за часткове виконання програми практики та індивідуального завдання, суттєві недоліки у змісті або оформленні звітної документації, а також недостатній рівень знань, продемонстрований під час захисту. Здобувачу надається право повторного захисту звіту (двічі).

Оцінка «незадовільно з обов'язковим повторним проходженням практики» (0–34 бали, F) ставиться за невиконання або істотне невиконання програми практики та індивідуального завдання, відсутність або суттєву невідповідність звітної документації встановленим вимогам, а також нездатність здобувача продемонструвати необхідний рівень знань і практичних умінь під час захисту. За наявності підстав здобувачу може бути надано право повторного проходження практики на умовах, визначених Положенням.

6. ВИМОГИ ДО ЗВІТУ

Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти звітують про виконання програми практики та індивідуального завдання. Формою звітності здобувача вищої освіти за практику є подання письмового звіту, підписаного і оціненого безпосередньо керівником від бази практики.

Письмовий звіт разом із щоденником (скріплені в одній папці) подається на рецензування керівнику практики від Академії.

6.1. Щоденник практики

Основним документом, у якому фіксується процес проходження здобувачем практики, є щоденник практики, розроблений за визначеною формою (Додаток Г; приклад

календарного графіка – Додаток Д). Щоденник та містить: титульну сторінку (прізвище, ім'я, по батькові здобувача, навчальний підрозділ, курс, групу, спеціальність); направлення на практику; відмітки про прибуття та вибуття, засвідчені печаткою бази практики; календарний план проходження практики; звіт про виконання програми практики; характеристика й оцінка діяльності практиканта, засвідчені підписом керівника від бази практики і печаткою; висновок керівника практики від АПСВТ.

Під час проходження практики здобувач щодня коротко записує у щоденник усе, що ним виконано згідно з календарним планом практики. Після завершення практики заповнений щоденник подається керівникам практики від бази практики і АПСВТ для отримання відгуків. Без заповненого щоденника практика не зараховується.

6.2. Звіт про проходження практики: зміст і структура

Звіт з виробничої практики складається за тематикою підрозділу 4.3 і має структуру: зміст, вступ, три розділи (загальна характеристика підприємства, охорона праці та техніка безпеки на базі практики й аналіз організації служби маркетингу; аналіз комплексу маркетингу підприємства за напрямами програми практики; індивідуальні завдання, що виконувались протягом практики і пропозиції щодо вдосконалення маркетингу компанії), висновки, список використаних джерел, додатки. Обсяг – 22–27 сторінок.

Технічне оформлення. Викладення тексту й оформлення звіту з практики виконують за положеннями стандарту ДСТУ 3008:2015 «Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання» та відповідно до Вимог з оформлення письмових робіт у АПСВТ.

Звіт виконується державною мовою (за винятком списку використаних джерел, де джерело записується мовою видання), на аркушах формату А4 з полями по 20 мм, гарнітура Times New Roman, кегль 14, інтервал 1,5. Звіт повинен мати наскрізну нумерацію сторінок і, за потреби, графічний матеріал (схеми, таблиці, рисунки, діаграми).

Список використаних джерел повинен містити ті джерела, на які спирався здобувач при виконанні індивідуального плану практики, зокрема, нормативно-правові документи, що регулюють питання маркетингу в системі управління підприємства, наукову літературу з предметної області, практичні матеріали бази практики тощо. Список джерел оформлюють відповідно до ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

Додатки вміщують матеріал, який:

– є необхідним для повноти представлення результатів роботи, але включення його до основної частини звіту може змінити впорядковане й логічне уявлення про роботу;

- не може бути послідовно розміщений в основній частині роботи через великий обсяг або способи відтворення. Це, як правило, такі матеріали: Баланс підприємства, Звіт про фінансові результати,посадові інструкції маркетолога.

Додатки оформлюються як окрема частина звіту, розташовуються в порядку появи посилань у тексті; кожен додаток починається з нової сторінки, має заголовок і позначення літерою української абетки (крім літер Ґ, Є, І, Ї, Й, О, Ч, Ь) у правому верхньому куті.

Звіт має містити відомості про виконання всіх розділів програми практики та індивідуального завдання. Звіт підписується та оцінюється безпосередньо керівником від бази практики.

Звіт оформлений не у відповідності до вказаних вимог повертається на доопрацювання.

7. ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ

Після завершення терміну практики здобувачі вищої освіти (незалежно від форми навчання) звітують про виконання її програми та індивідуального завдання. Підготовлений звіт, підписаний і оцінений керівником від бази практики, подається разом зі щоденником керівнику практики від кафедри на рецензування. За результатами перевірки керівник приймає рішення про допуск здобувача до захисту або повертає звіт на доопрацювання. Після усунення зауважень і позитивного рецензування керівник інформує про допуск до захисту перед комісією.

Захист звіту відбувається перед комісією, яку призначає завідувач кафедри маркетингу. До складу комісії входять керівники практики від АПСВТ і, за можливості, від баз практики, викладачі кафедри, які викладали здобувачам фахові дисципліни. Комісія приймає захист звітів на базах практики в останні дні її проходження або в Академії протягом перших десяти днів семестру, який починається після практики, згідно з графіком навчального процесу Академії. Під час захисту здобувач характеризує виконану на базі практики роботу, викладає пропозиції щодо її вдосконалення та обґрунтовує їх доцільність, відповідає на запитання членів комісії.

Здобувачу, який захистив звіт з оцінкою FX, надається право повторного захисту двічі. Здобувачу, який не виконав програму практики без поважних причин або захистив звіт з оцінкою F, а також здобувачу, який востаннє отримав негативну оцінку з практики в комісії, може бути надано право повторного проходження практики за умови повного відшкодування ним витрат Академії на організацію та проведення практики.

Підсумки практики обговорюються на засіданні кафедри маркетингу, а загальні підсумки практик – на вченій раді факультету не менше одного разу протягом навчального року. Звіти здобувачів та щоденники практики зберігаються на кафедрі протягом трьох років, після чого в установленому порядку передаються до архіву Академії.

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Положення про організацію та проведення практики здобувачів вищої освіти Академії праці, соціальних відносин і туризму : ухвалено Вченою радою АПСВТ 27.04.2023, протокол № 9. Київ, 2023.
2. Про затвердження Порядку визнання у вищій та фаховій передвищій освіті результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти : наказ МОН України від 08.02.2022 № 130 (зі змінами).
3. Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України : наказ МОН України від 08.04.1993 № 93.
4. Методичні рекомендації щодо проходження виробничої практики для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності D5 Маркетинг/ Уклад.: ПисаренкоН.В., Бабічева О.І. , Корчинська О.А. – К.: АПСВТ, 2026.
5. Наскрізна програма практичної підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг. Київ : АПСВТ, 2026.
6. http://www.rada.gov.ua - сайт Верховної Ради: база законодавства України.
7. http://www.nbuv.gov.ua - сайт Національної бібліотеки ім. Вернадського.
8. http://me.gov.ua - сайт Міністерства економіки та довкілля України.
9. https://www.kmu.gov.ua – сайт Кабінету Міністрів України.
10. http://www.ukrstat.gov.ua - сайт Державної служби статистики України.
11. http://www.fpsu.org.ua/ – сайт Федерації профспілок України

ДОДАТКИ

Додаток А

Зразок титульної сторінки звіту

АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

Факультет економіки, соціальних технологій та туризму

Кафедра маркетингу

ЗВІТ

з виробничої / переддипломної практики

на (назва підприємства - бази практики)_____

початок практики _____ кінець практики _____
(число, місяць, рік)

Здобувача(ки) відділення магістратури денної/заочної форми навчання спеціальності D5 Маркетинг _____
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

Керівник практики від кафедри: _____
(звання, посада)
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

Керівник практики від підприємства:
(назва підприємства, посада) _____
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

Київ – 20___

Додаток Б

Лист-запит на проходження практики

АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

Факультет економіки, соціальних технологій та туризму

Директору _____

(назва підприємства)

_____

(ПІБ)

Шановний(а) *(ім'я, по батькові)*,

Просимо Вас у період з ___ _____ по ___ _____ прийняти на виробничу / переддипломну практику на Вашому підприємстві здобувача(ку) магістратури за спеціальністю D5 «Маркетинг» *(ПІБ здобувача)*.

З повагою,

Декан факультету економіки, соціальних технологій і туризму

Додаток В

ЗМІСТ ЗВІТУ (зразок)

№ розділу	Назва розділу	№ стор.
	Вступ	
1	Загальна характеристика підприємства (бази практики), охорона праці та техніка безпеки	
2	Аналіз маркетингової діяльності підприємства	
3	Рекомендації та пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства (індивідуальне завдання)	
	Висновки	
	Список використаних джерел	
	Додатки	

Додаток Г

Правила ведення і оформлення щоденника:

1. Щоденник – основний документ здобувача під час проходження практики.

2. Під час проходження практики здобувач щодня коротко записує у щоденник усе, що ним виконано згідно з календарним планом практики.

3. Не рідше одного разу на тиждень здобувач зобов'язаний подавати щоденник для перегляду керівникам практики від АПСВТ і бази практики, які роблять письмові зауваження, дають додаткові завдання і підписують виконані записи.

4. Після завершення практики заповнений щоденник подається керівникам практики від бази практики і АПСВТ для отримання відгуків.

5. Оформлений щоденник з відгуками та підписами керівників, печаткою підприємства здобувач подає на захист практики перед комісією АПСВТ.

6. Без заповненого щоденника практика не зараховується.

АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

_____
(вид і назва практики)

студента _____
(прізвище, ім’я, по батькові)

Факультет _____

Кафедра _____

Освітній рівень_____

Напрям підготовки/ спеціальність _____

_____
(назва)

_____ курс, група _____

Київ 20____

НАПРАВЛЕННЯ НА ПРАКТИКУ

Студент_____
(прізвище, ім'я, по батькові)

направляється на _____ практику в
(вид практики)
місто _____ на _____
(назва підприємства, організації, установи)
_____

Термін практики: з _____ по _____

Керівник практики від ВНЗ:

_____ _____
(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Печатка

Декан факультету _____
(підпис, прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник підприємства, організації, установи:

_____ _____
(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

ВІДМІТКИ ПРО ПРИБУТТЯ ТА ВИБУТТЯ

Студент_____
(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, в організацію, установу.

Печатка
підприємства, організації, установи „___" _____ 20___ року

_____ _____
(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи.

Печатка
підприємства, організації, установи "___" _____ 20___ року

_____ _____
(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Висновок керівника практики від вищого навчального закладу про проходження практики

Дата захисту звіту з практики „____"_____20____року
Оцінка:
За внутрішньою шкалою _____кількість балів
за національною шкалою_____
за шкалою ECTS_____
(літерами)
Керівник практики від вищого навчального закладу
_____ _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Відгук і оцінка роботи студента на практиці

(назва підприємства, організації, установи)

Керівник практики від підприємства, організації, установи

______________ ____________________

(підпис) (прізвище та ініціали)

Печатка «_____» _______________ 20 __ року

Календарний графік проходження практики

№ з/п	Дата	Короткий зміст виконаної роботи	Відмітки про виконання

Керівники практики:

від вищого навчального закладу ______ _____________

(підпис) (прізвище та ініціали)

від підприємства, організації, установи ______ _____________

(підпис) (прізвище та ініціали)

Робочі записи під час практики

Робочі записи під час практики

Додаток Д

Календарний графік проходження практики (приклад)

№ з/п	Дата	Короткий зміст виконаної роботи	Відмітки про виконання
1.		Інструктаж про техніку – безпеку керівником практики на робочому місці	
2.		Ознайомлення з юридичним статусом підприємства, його організаційною структурою, характером господарської діяльності	
3.		Аналіз господарської діяльності підприємства	
4.		Ознайомлення з економічною діяльністю підприємства. Аналіз основних напрямів економічної діяльності та їх ефективності	
5.		Аналіз фінансових показників	
6.		Оцінка діяльності підприємства на ринку продукції та послуг.	
7.		Визначення оцінки рівня конкуренто-спроможності підприємства на ринку	
8.		Аналіз асортименту, товарно-інноваційної політики підприємства	
9.		Планування та аналіз благодійної діяльності підприємства.	
10.		Оформлення щоденника з практики	
11.		Оформлення звіту з проходження практики	