

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

Циклова комісія економіко-математичних дисциплін і менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи



Олексій ЖИЛЫЦОВ

2024 р.

**ПРОГРАМА ПРАКТИКИ
НАВЧАЛЬНА З МАРКЕТИНГУ**

для студентів

спеціальності

073 Менеджмент

освітньо-професійної програми

Організація виробництва

освітньо-професійного ступеня

фаховий молодший бакалавр

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307965
Програма № 3413/24
Начальник відділу моніторингу якості освіти

(підпис) (прізвище, ім'я, по-батькові)
«20» 24 р.

Київ – 2024

1. Опис практики

Найменування показників	Характеристика практики
	денна форма навчання
Вид практики	навчальна
Загальний обсяг кредитів / годин	1,5 / 45
Курс	3
Семестр	6
Кількість змістових компонентів розподілом: 3	1
Обсяг кредитів	1,5
Обсяг годин	45
Аудиторні	18
Самостійна робота	27
Форма семестрового контролю	залік

2. Бази практики

Навчальна практика з Маркетингу проводиться на базі Фахового коледжу «Універсум» Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

У разі проходження практики дистанційно студенти виконують завдання згідно з програмою, використовуючи текстовий процесор Microsoft Word і електронні таблиці Microsoft Excel.

3. Мета та завдання навчальної практики

Мета навчальної практики – поглиблення і закріплення здобувачами освіти фахових компетентностей, набутих під час вивчення дисципліни «Маркетинг».

Завданням навчальної практики є закріпити на практиці отриманні теоретичні знання з питань маркетингових досліджень, планування та розробки маркетингової товарної, збутової, комунікативної і цінової політики.

Навчальна практика з Маркетингу забезпечує оволодіння студентами такими компетентностями:

фахові компетентності

– здатність аналізувати кон'юнктуру ринку, можливості власного бізнесу, поведінку споживачів, розробляти товарну, цінову, комунікативну, збутову політику підприємства (ФК14).

предметні компетентності

– здатність демонструвати знання та практичні навички маркетингової діяльності у роботі менеджера;

– використовувати професійні знання та навички з маркетингу в процесі роботи у сучасному інформаційному просторі;

– визначати цілі, планувати, проводити маркетингові дослідження у внутрішньому та зовнішньому середовищі організації;

– аналізувати конкурентоспроможність товару та підприємства на ринку;

– проводити аналіз та розробку товарної політики підприємства;

– аналізувати та розробляти програму збутової політики підприємства;

– проводити аналіз та вибір найбільш вигідних посередників для каналів розподілу;

– використовувати теоретичні знання в процесі аналізу та розробки цінової політики підприємства;

– розробляти та вносити зміни до маркетингової стратегії підприємства.

4. Результати проходження навчальної практики

У результаті проходження навчальної практики студентка/студент:

– розробляє товарну, цінову, збутову та комунікативну маркетингові стратегії підприємства (ПРН 17);

– використовує отримані знання та практичні навички аналізу кон'юнктури ринку, поведінки споживачів, можливостей власного підприємства, під час планування та контролю маркетингової діяльності підприємства (ПРН 18);

– користується знаннями та навичками з маркетингу при роботі з інформаційними потоками;

- розробляє програму та проводить маркетингові дослідження товару, ринку, діяльності підприємства;
- обирає методи та використовує методи маркетингових досліджень;
- обробляє результати маркетингових досліджень та коригує на їх основі маркетингову політику підприємства;
- використовує необхідні маркетингові інструменти при розробці та реалізації маркетингової програми;
- розробляє та коригує товарну політику підприємства;
- формує та вносить зміни в збутову політику підприємства;
- розробляє та коригує цінову політику підприємства;
- дотримується прийнятої маркетингової стратегії підприємства та за потреби вносить до неї зміни.

5. Структура навчальної практики

Назви змістових модулів, тем	усього	Розподіл годин між видами робіт		
		Аудиторна:		Самостійна
		Лекції	Практичні	
Змістовний модуль 1. Середовище маркетингу				
Тема 1. Вступ. Мета і завдання практики. Особливості маркетингової діяльності підприємства	2	2		
Тема 2. Оцінка факторів макросередовища підприємства	2		1	3
Тема 3. Аналіз життєвого циклу товару	3		1	
Тема 4. Побудова кривої попиту	3		1	4
Тема 5. Оцінка конкурентоздатності товару	3		1	
Тема 6. Оцінка ефективності маркетингової діяльності фірми за допомогою побудови багатокутника конкурентоздатності	4		2	2
Тема 7. Розрахунок ємності ринку	4		2	2
Тема 8. Прогнозування попиту та аналіз «продуктового портфеля» підприємства	3		1	4
Тема 9. Побудова карти позиціонування товару	3		1	
Тема 10. Прогнозування об'єму продажів	3		1	4
Тема 11. Вибір стратегії ціноутворення і оцінка потреб споживачів	3		1	
Тема 12. Оцінка частки ринку і прихильності споживачів до товарної марки підприємства	3		1	4
Тема 13. Управління маркетинговою діяльністю підприємства	3		1	
Тема 14. Інформаційне забезпечення під час розробки маркетингового комплексу	3		1	2
Тема 15. SWOT-аналіз	3		1	2
<i>Разом</i>	45	2	16	27

6. Зміст практики

6.1. Особливості організації та проведення практики

Навчальна практика проводиться на базі Фахового коледжу «Універсум». Практичні завдання розроблені на основі сучасних маркетингових завдань підприємства з урахуванням вітчизняного та світового досвіду їх вирішення. Вони являють собою комплексні ситуаційні задачі розділені за напрямками маркетингової діяльності на 14 практичних робіт. Практика включає практичні роботи, які студент виконує разом з викладачем та наскрізні задачі, які виносяться на самостійне опрацювання.

Результатом проходження практики є поглиблення знань з маркетингу, що відображається в письмовому звіті. Звіт з практики складається з виконаних протягом практики ситуаційних задач та загального висновку. Форма подачі звіту – електронна у вигляді файлу Microsoft Word або Microsoft Excel.

6.2. Обов'язки студентів під час проходження практики

Під час проходження практики студенти має суворо дотримуватись правил поведінки та безпеки і внутрішнього розпорядку, що діють в Фаховому коледжі «Універсум».

- відвідувати практичні заняття з початкової практики;
- своєчасно і у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики;
- своєчасно скласти залік з практики.

6.3. Обов'язки керівників практики від Фахового коледжу «Універсум»

Керівник навчальної практики від коледжу:

- на початку практики проводить інструктаж з техніки безпеки;
- під час вступного лекційного заняття пояснює особливості проходження навчальної практики, вимоги до виконання практичних робіт, особливості оцінювання та захисту;
- забезпечує та контролює проведення практичних занять;
- повідомляє студентам про систему звітності з практики, запроваджену в коледжі, а саме: подання письмового звіту;
- регулярно перевіряє правильність виконання практичних завдань студентами;
- організовує і проводить залік з практики;
- подає письмовий звіт про проведення практики студентів.

6.4. Система контролю та критерії оцінювання

Перевірка виконання практичних завдань та винесених на самостійне опрацювання відбувається під час практичних занять. Оцінювання практичних завдань здійснюється за наступними критеріями:

Критерії оцінювання виконання практичних завдань

Кількість балів	Значення оцінки (характеристика відповіді)
10	Відмінний рівень виконання завдань/відповідь повна, вичерпна й достатньо обґрунтована з, можливими, незначними недоліками
9	Достатньо високий рівень виконання завдань/відповідь без суттєвих (грубих) помилок, але не містить повних обґрунтувань
8	В цілому добрий рівень виконання завдань/відповідь містить незначну кількість несуттєвих помилок
7	Посередній рівень виконання завдань/відповідь містить значну кількість недоліків та/або незначну кількість помилок
5-6	Мінімально допустимий рівень виконання завдань, містить недоліки та помилки/відповідь неповна, що характеризується—недостатньою обґрунтованістю, фрагментарністю, наявністю недоліків та помилок
3-4	Незадовільний рівень виконання завдань/відповіді, що виявляється у формальному запам'ятанні деяких понять і фактів, без належного їх розуміння, нездатності застосувати такі знання при вирішенні завдань
1-2	Незадовільний рівень виконання завдань/відповіді, що виявляється у неспроможності відтворити означення базових понять, положень, невмінні їх застосувати або виконання завдання / відповідь розпочата чи взагалі відсутня.

6.5. Завдання для самостійної роботи студентів

Тематика самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Кількість балів
1.	Оцінка факторів макросередовища підприємства. Аналіз життєвого циклу товару	3	5
2.	Побудова кривої попиту. Оцінка конкурентоздатності товару	4	5
3.	Оцінка ефективності маркетингової діяльності фірми за допомогою побудови багатокутника конкурентоздатності	2	5
4.	Розрахунок ємності ринку	2	5
5.	Прогнозування попиту та аналіз «продуктового портфеля» підприємства. Побудова карти позиціонування товару	4	5
6.	Прогнозування об'єму продажів. Вибір стратегії ціноутворення і оцінка потреб споживачів	4	5
7.	Оцінка частки ринку і прихильності споживачів до товарної марки підприємства. Управління маркетинговою діяльністю підприємства	4	5
8.	Інформаційне забезпечення під час розробки маркетингового комплексу. SWOT-аналіз	4	5
	Разом	27	40

Критерії оцінювання виконання самостійних робіт

Кількість балів	Значення оцінки (характеристика відповіді)
5	Відмінний рівень виконання з можливими незначними недоліками
4	В цілому добрий рівень виконання, містить незначну кількість несуттєвих помилок
3	Посередній рівень знань, виконання містить значну кількість недоліків
2	Мінімально допустимий рівень виконання

7. Контроль навчальних досягнень

Форма проведення семестрового контролю – залік. Виставляється за підсумками виконання завдань.

7.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Форма звітності	Максимальна кількість балів		
		За одиницю	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій		1	1	1
Відвідування практичних занять		1	8	8
Робота на практичному занятті	письмова робота	10	8	80
Виконання завдань самостійної роботи	письмова робота	5	8	40
Максимальна кількість балів: 129				
Розрахунок коефіцієнта: 1,29				

7.2. Перелік звітної документації

З навчальної практики студент здає письмовий звіт, який включає усі виконані практичні завдання та задачі, що виносяться на самостійне опрацювання, а також загальний висновок.

7.3. Вимоги до звіту з практики

Результати проходження практики студент оформляє у письмовому звіті у вигляді файлу Microsoft Word або Microsoft Excel, який повинен мати чітку побудову, логічну послідовність, переконливу аргументацію, обґрунтованість рекомендацій та висновки.

Звіт складається з:

- титульного аркуша;
- плану практичних та самостійних робіт (відповідно до розкладу проведення занять);
- основної частини (виконаних практичних і самостійних завдань);
- висновків.

Якщо звіт здається у формі таблиць Microsoft Excel, складається з титульного листа та практичних і СО, кожна з яких знаходиться на окремому відповідно проіменованому листу.

Якщо звіт здається у формі таблиць Microsoft Word, поля залишаються з чотирьох сторін аркуша: зліва - 30 мм; справа - не менше 15мм; зверху і знизу – не менше 20мм. Сторінки звіту повинні бути пронумеровані; на першій сторінці номер не ставиться.

7.5. Шкала оцінювання

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90 – 100 балів	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
C	75-81 балів	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

8. Рекомендована література

Основна:

1. Балабанов Л. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб.; Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Інститут економіки і управління, Кафедра маркетингового менеджменту. К. : Центр учбової літератури, 2018. 611 с
2. Липчук В.В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Магнолія 2021. 455 с.
3. Дудяк Р.П. Маркетинг: навч. посіб.; Заг. ред. В. В. Липчук ; Міністерство освіти і науки України. Львів : Магнолія 2021. 455 с.
4. Петруня В.Ю., Петруня Ю.Є. Управління маркетинговою діяльністю: практикум : навч. посіб. Мін-во освіти і науки України, Ун-т мит справи та фінансів. Дніпро : університет митної справи та фінансів, 2021. 104 с.
5. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч посіб.; Мін-во освіти і науки України, Львів нац. Ун-т ім. І. Франка. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 346 с.
6. Череп А.В., Богма О.С., Череп О.Г. Основи маркетингу: навч. посіб.; Запорізький національний університет. К. : Кондор, 2018. 225 с.

Допоміжна

7. Бойко М., Зубко О. Стратегічний маркетинг : базові принципи та пріоритети розвитку. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*, 2015. №1 (99). С. 46-56
8. Гладунов О. Маркетинг: навч. посіб.; М-во освіти і науки України. Рівне: Волин. Обереги, 2013. 335 с.
9. Звягінцева О., Каташинська М. Протидіючий маркетинг. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*, 2015. №1 (99). С. 64-78.
10. Парсяк В.Н. Маркетинг : сучасна концепція та технології : підруч. Херсон : ОЛДІ-плюс, 2015. 324 с.

Додаткові ресурси

11. Законодавчо-нормативна база. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/>