

Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра підприємництва і маркетингу

СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА «ВСТУП ДО ФАХУ»
Рік навчання 2021/2022

I. Опис навчальної практики

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика навчальної практики
Денна форма навчання	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Освітні програми: «Маркетинг» Бакалавр	Вибіркова
Кількість годин/кредитів ECTS 90/3		Рік навчання 2
ІНДЗ: <u>немає</u>		Семестр 4-ий
		Самостійна робота 82 год.
		Консультації 8 год.
	Форма контролю: залік	

II. Інформація про викладача

Данилюк Тетяна Іллівна, к. е. н., доцент кафедри підприємництва і маркетингу,
Danyluk.Tatiana@eenu.edu.ua, G412

Дні занять розміщено на <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис дисципліни

- Анотація.** Навчальна практика «Вступ до фаху» передбачена для підготовки бакалавра галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг». Навчальна практика студентів у цілісному навчально-виховному процесі спрямована на оволодіння різноманітними видами професійної діяльності та отримання особистого досвіду роботи у різних професійних ролях з метою самовдосконалення у професійній майстерності.
- Метою практики** є оволодіння студентами сучасними методами, формами організації та знаряддями праці у галузі їх майбутньої професії, формування у них, на базі одержаних у вищому навчальному закладі знань, професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час роботи у реальних ринкових і виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання і творчо їх застосовувати у практичній діяльності. **Завданнями проходження практики** є ознайомлення зі структурою підприємства – базою практики, організацією та методами роботи фахівців на різних рівнях управління у процесі здійснення господарської та маркетингової діяльності; ознайомлення студентів з особливостями функціонування, структурою та системою планування маркетингової діяльності; проведення досліджень, розрахунків та аналізу господарської та маркетингової діяльності.
- Результати навчання (компетентності).**

Загальні компетентності

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК4. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

- ЗК6.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК7.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК8.** Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК12.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК14.** Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Фахові компетентності

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

Програмні результати навчання

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

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

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

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

4. Структура навчальної практики.

Назви змістових модулів і тем	Усього годин денна	Форма контролю. Бал оцінювання
Змістовий модуль 1. Загальна характеристика бази практики		
Ознайомлення з порядком проведення навчальної практики, основними проблемами, які необхідно вивчити	2	Максимальна оцінка 2 бали
Ознайомлення із особливостями та напрямками діяльності бази практики	9	Максимальна оцінка 7 балів
Ознайомлення із статутом підприємства; основними нормативно-правовими актами, що регулюють діяльність підприємства; посадовими інструкціями.	10	Максимальна оцінка 7 балів
Ознайомлення із організаційно-управлінською структурою бази практики	10	Максимальна оцінка 7 балів
Ознайомлення із особливостями роботи структурних підрозділів бази практики	9	Максимальна оцінка 7 балів
Разом за модулем 1	40	Максимальна оцінка 30 балів

Змістовий модуль 2. Виконання індивідуального завдання		
Визначення маркетингових напрямів діяльності бази практики	10	Максимальна оцінка 9 балів
Визначення особливостей професійної діяльності фахівця (фахівців) з маркетингу	10	Максимальна оцінка 9 балів
Визначення основних характеристик професійної діяльності фахівця (фахівців) з маркетингу	10	Максимальна оцінка 9 балів
Побудова організаційної структури маркетингової діяльності бази практики	5	Максимальна оцінка 8 балів
Разом за модулем 1	35	Максимальна оцінка 35 балів
Змістовий модуль 3. Оформлення результатів навчальної практики		
Оформлення звіту	12	Максимальна оцінка 20 балів
Захист практики	3	Максимальна оцінка 15 балів
Разом за модулем 2	15	Максимальна оцінка 35 балів
Разом	90	Максимальна оцінка 100 балів

5. **Завдання для самостійного опрацювання.** У процесі виконання самостійної роботи студент, використовуючи знання теоретичного матеріалу та набуті прикладні навички за фахом, має продемонструвати здібності до науково-дослідної роботи. Студент зобов'язаний підготувати презентацію підприємства.

IV. Політика оцінювання

Політика щодо академічної доброчесності.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Звіти про проходження практики перевіряються на наявність плагіату. Списування для формування звіту заборонене. Студентам потрібно пройти безкоштовний курс академічної доброчесності в університеті <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/>

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Звіти, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-1 бал). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Критерії оцінювання

0-65 балів – оцінювання звіту з практики, відповідність змісту практики та виконання індивідуального завдання;

0-20 балів – оформлення звіту;

0-15 балів – захист практики.

Шкала підсумкової атестації з практики

Оцінка в балах	Оцінка	Критерії оцінювання
90 – 100	Відмінно	Студент при написанні звіту виконав завдання практики та індивідуальне завдання, зробив висновки з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків перебігу явищ (процесів), при цьому при захисті показав вміння аналізувати, порівнювати, узагальнювати, абстрагувати і конкретизувати, класифікувати і систематизувати матеріали та запропонував ряд заходів щодо вдосконалення діяльності підприємства, до розробки яких підійшов творчо.

82 – 89	Дуже добре	Студент при написанні звіту виконав завдання практики та індивідуальне завдання, зробив висновки з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків перебігу явищ (процесів), при цьому при захисті показав вміння аналізувати, порівнювати, узагальнювати, абстрагувати і конкретизувати, класифікувати і систематизувати матеріали та запропонував шляхи щодо вдосконалення діяльності підприємства але без особливого зв'язку.
75 - 81	Добре	Студент при написанні звіту виконав основні завдання практики та індивідуальне завдання, зробив висновки з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків і механізмів (алгоритмів) перебігу явищ (процесів), при цьому при захисті достатньо проявив отримані вміння та навички щодо роботи з документацією та інформацією щодо результатів роботи підприємства.
67 -74	Задовільно	Студент при написанні звіту виконав основні завдання практики та індивідуальне завдання, але зроблені висновки без урахування причинно-наслідкових зв'язків і механізмів (алгоритмів) перебігу явищ (процесів), при цьому при захисті не достатньо проявив отримані вміння та навички щодо роботи з документацією та інформацією щодо результатів роботи підприємства.
60 - 66	Достатньо	Студент при написанні звіту виконав основні завдання практики та індивідуальне завдання із рядом зауважень , також зроблені висновки без урахування причинно-наслідкових зв'язків і механізмів (алгоритмів) перебігу явищ (процесів), при цьому при захисті не проявив отримані вміння та навички щодо роботи з документацією та інформацією щодо результатів роботи підприємства.
1 – 59	Незадовільно	Студент при написанні звіту не виконав основні завдання практики, а індивідуальне завдання виконав із рядом зауважень , також зроблені висновки без урахування причинно-наслідкових зв'язків і механізмів (алгоритмів) перебігу явищ (процесів), при цьому при захисті не проявив отримані вміння та навички щодо роботи з документацією та інформацією щодо результатів роботи підприємства.

V. Підсумковий контроль

Оформлення звіту є обов'язковою умовою складання заліку з навчальної практики та переведення на наступний курс. Студент допускається до складання заліку з навчальної практики у разі виконання програми практики в повному обсязі. Захист практики проводить згідно розкладу.

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник. К.: центр учбової літератури. 2019. 612 с.
2. Вища освіта України і Болонський процес [Текст] : підручник [та ін.] ; Нац. ун-т оборони України ім. Івана Черняхівського, Каф. суспіл. наук. Київ : НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2015. 396 с.
3. Котлер Ф. Основи маркетингу. Видавничий дім «Вільямс». 2019. 496 с.
4. Кузьмін Е. Е. Маркетинг: підручник і практикум для СПО. 2017. 124 с.

Додаткова

1. Голубков, Є. П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс: підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. С. 358-390.
2. Ільченко А.М. Вища освіта і Болонський процес: Навчально-методичний посібник. Полтава: РВВ ПДАА, 2014. 316 с.

3. Маркетинг в галузях і сферах діяльності: підручник і практикум для акад. бакалаврату. 2017. 116 с.
4. Мещерякова, Я. В. Маркетинг: учеб.-метод, посібник. Волгоград: Сфера, 2016. 336 с.
5. Сіняєва І. М. Маркетинг: підручник для академічного бакалаврату. 2017. 92 с.
6. Плотніков С. А. Вища освіта України і Болонський процес : навчальний посібник для підготовки магістрів і аспірантів денного та заочного відділення. ДВНЗ "Приазовський державний технічний університет", Кафедра соціології та соціальної роботи. Маріуполь : ПДТУ, 2011. 70 с.

Викладач

Т.І. Данилюк