

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

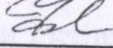
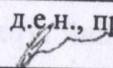
Робоча програма (силабус) освітнього компонента

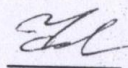
ПЕРЕДДИПЛОМНА ПРАКТИКА

Обов'язковий ОК

Реалізується в межах освітньої програми **Маркетинг**
за спеціальністю **075 Маркетинг**
на **2 (магістерському)** рівні вищої освіти

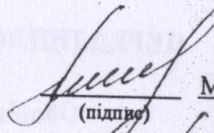
Суми – 2023

Розробники:  Наталія МАКАРЕНКО
д.е.н., професор, кафедри маркетингу та логістики
 Вікторія ШУМКОВА
к.е.н., доцент, кафедри маркетингу та логістики

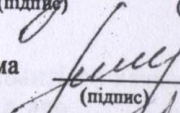
Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 06.06.2024 р. №20
	Завідувачка кафедри <u></u> <u>Наталія МАКАРЕНКО</u> (підпис) (ім'я та прізвище)

Погоджено:

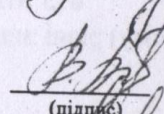
Гарант освітньої програми

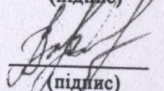
 Маргарита ЛИШЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Декан факультету, де реалізується освітня програма

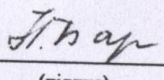
 Маргарита ЛИШЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Рецензія на робочу програму (додається) надана:

 Вікторія МАКАРОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

 Валентина МУШТАЙ
(підпис) (ім'я та прізвище)

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації

 Ганна ГАНУК
(підпис) (ім'я та прізвище)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 08.08 2024 р.

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ						
1.	Назва ОК	Переддипломна практика				
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту, Кафедра маркетингу та логістики				
3.	Статус ОК	Обов'язковий				
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для обов'язкових ОК	Освітньо – професійна програма «Маркетинг». Другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг Галузі знань 07 Управління та адміністрування Кваліфікація: магістр з маркетингу				
5.	Рівень НРК	7				
6.	Семестр та тривалість вивчення	2 семестр, 2 тижні				
7.	Кількість кредитів ЄКТС	2				
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття) денна		Самостійна робота		
		Лекційні	Практичні /семінарські	Лабораторні	Денна	Заочна
		-	-	-	60	60
9.	Мова навчання	українська				
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	д.е.н., проф. Макаренко Н.О.; к.е.н., доцент Шумкова В.І.				
11.1	Контактна інформація	Ауд. 213е., 214е Щовівторка з 14.00 до 15.00.				
11.	Загальний опис освітнього компонента	Переддипломна практика є логічним завершенням усіх видів практики при підготовці фахівця з маркетингу. Це підсумковий етап підготовки студента до виконання кваліфікаційної роботи та наступної самостійної діяльності з фаху.				
12.	Мета освітнього компонента	Підготовка кожним студентом індивідуального завдання з всебічного вивчення маркетингу підприємства, збору практичних та статистичних матеріалів для виконання кваліфікаційної роботи.				
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	Освітній компонент базується на дисциплінах: «Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності», «Конфліктологія та психологія управління», «Ділова іноземна мова», «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Логістичний менеджмент»				
14.	Політика академічної доброчесності	У разі, якщо здобувач здає роботу іншого здобувача як свою власну, така робота анулюється і виконується повторно. У разі списування – повторно складання відповідного завдання. У разі використання текстових запозичень без належного цитування (академічний плагіат) - робота анулюється .				
15.	Посилання на Moodle	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=5393				

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК (зазначити номер згідно з нумерацією, наведеною в ОП)							Як оцінюється РНД	
	ПРН ₁	ПРН ₄	ПРН ₅	ПРН ₉	ПРН ₁₃	ПРН ₁₄	ПРН ₁₅		ПРН ₁₇
ДРН 1. Застосовувати відповідні аналітичні та методологічні методи і практичні прийоми для збору та обробки необхідних даних, виконувати розрахунки показників у сферах економіки та маркетингу, а також обґрунтовано приймати управлінські рішення.	+	+	+	+	+	+	+	+	Опитування при захисті звіту з практики
ДРН 2. Дослідити діяльності підприємства відповідно до тематики кваліфікаційної роботи та запропонувати рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності в аспекті стратегічних, тактичних та оперативних рішень.	+	+	+	+	+	+	+	+	Аналітична робота (Звіт з практики)
ДРН 3 Підготувати і захистити звіт з практики у відповідності до вимог	+	+	+	+	+	+	+	+	Доповідь-презентація звіту з практики

ПРН₁ Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН₄ Розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

ПРН₅ Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.

ПРН₉ Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

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.

ПРН₁₇ Оперувати основними поняттями Інтернет-маркетингу; проводити пошук маркетингової інформації та здійснювати різні види маркетингових досліджень, формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики за допомогою інформаційних систем та технологій прикладного наукового дослідження в маркетингу.

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу						Рекомендована література	
	Аудиторна робота				Самостійна робота			
	Лк		П.з / семін. з		денна	заочна		
	денна	заочна	денна	заочна				
<i>Тема 1. Дослідницько-аналітична діяльність</i> Аналіз фактичного стану досліджуваної проблеми із використанням накопиченого фактичного матеріалу із залученням усіх теоретичних знань, певного методичного інструментарію						30	30	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-2 Інші джерела: 1-10
<i>Тема 2. Проектна діяльність</i> Пропозиції для підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому та вирішення досліджуваної проблеми у сфері маркетингу						30	30	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-2 Інші джерела: 1-10
Всього						60	60	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять, консультацій</u>)	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u>)
ДРН 1. Збирати та аналізувати необхідні дані, проводити розрахунки економічних і маркетингових показників, аргументовано приймати управлінські рішення, використовувати відповідний аналітичний та методичний інструментарій	Інструктаж з виробничої практики, пояснення, консультування	Робота з навчально-методичною літературою
ДРН 2. Аналізувати діяльність підприємства використовуючи необхідний інформаційний та аналітичний інструментарій	Консультації наукових керівників практики	Виконання програми практики в умовах виробництва, індивідуальна робота, підготовка звіту
ДРН 3. Підготувати і захистити звіт з практики у відповідності до вимог	Перевірка звітів науковими керівниками практики	Індивідуальна робота, підготовка звіту, доповіді-презентації до звіту

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1. Сумативне оцінювання

5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1.	Виконання програми практики. Збирання матеріалу для написання звіту з переддипломної практики	40 балів / 40%	протягом практики
2.	Написання й оформлення звіту з переддипломної практики	35 балів / 35%	4-й тиждень
3.	Доповіді-презентації, відповіді і спільні обговорення	25 балів / 25%	4-й тиждень
	Всього	100 балів	

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Виконання програми переддипломної практики. Збирання матеріалу для написання звіту з переддипломної практики (Аналітична)	0 балів Здобувач вищої освіти систематично порушував установлені терміни виконання завдань. Вимоги щодо програми практики не виконано.	1-25 балів Здобувач вищої освіти не додержувався календарного плану проходження практики. При цьому більшість вимог виконано, але окремі пункти змісту	26-36 балів Здобувач вищої освіти у цілому додержувався календарного плану проходження практики, однак допускав відступи від рекомендацій,	37-40 балів Здобувач вищої освіти чітко додержувався календарного плану проходження практики. Сумлінно та вчасно виконував усі вимоги програми практики. Ним запропоновано власне вирішення

робота)		практики відсутні або недостатньо розкрити.	при цьому виконані усі вимоги програми практики.	виробничих питань, продемонстровано активність, цілеспрямованість, креативність.
Написання й оформлення звіту з практики	<i>0 балів</i>	<i>1-15 балів</i>	<i>16-29 балів</i>	<i>30-35 балів</i>
	Звіт не відповідає встановленим вимогам щодо змісту, не містить належної інформації про зміст, форму організацію діяльності, здійснюваної під час проходження практики, містить грубі змістові помилки.	Програму практики виконано на задовільному рівні, її результати висвітлено у звіті, який при цьому містить певні неточності або не містить важливої інформації, або мають місце інші суттєві зауваження до змісту звіту.	Звіт у цілому висвітлює необхідну інформацію, передбачену вимогами, містить високу позитивну оцінку керівника, однак наявні несуттєві зауваження. Зі змісту можна зробити висновок, що програму практики виконано повною мірою і належним чином.	Звіт містить усю необхідну інформацію щодо процесу організації та результатів проходження практики. Програму практики виконано повною мірою і належним чином.
Доповідь-презентація звіту з практики	<i>0 балів</i>	<i>1-9 балів</i>	<i>10-20 балів</i>	<i>21-25 балів</i>
	За наявності негативної характеристики керівника від бази практики або керівника від кафедри позитивна оцінка практики є неможливою. У випадку, якщо Здобувач вищої освіти не виконав програму практики хоча б за одним з етапів практики й одержав 0 балів за відповідний звіт, то бали, одержані за інші звіти, не враховуються, і виставляється загальна негативна оцінка за результатами проходження практики.	Здобувач вищої освіти не дає задовільних відповідей по суті поставлених запитань, не орієнтується у програмі практики або в окремих її частинах, або припускається грубих помилок, що дають змогу зробити висновок про невиконання або неналежне виконання програми практики, свідчать про відсутність реальних результатів практики і набутих практичних навичок та вмій.	Здобувач вищої освіти демонструє належні знання, переважно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі практики, однак у відповідях на запитання припускається окремих неточностей.	Здобувач вищої освіти демонструє належні знання, вільно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі практики в цілому, чим підтверджує її виконання; надає правильні й аргументовані відповіді на всі запитання з програми практики.

5.2. Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Усний зворотній зв'язок від керівників переддипломної практики та здобувачів освіти	Під час проходження переддипломної практики
2	Перевірка та обговорення керівником і здобувачем освіти звіту з переддипломної практики	Після завершення термінів переддипломної практики
3	Усний зворотній зв'язок на звіт з переддипломної практики	Після захисту звіту з переддипломної практики

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

6.1.1. Підручники, посібники

1. Лишенко М.О., Данько Ю.І., Муштай В.А. Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності. навч.посіб.. Суми: СНАУ, 2022. 170с.
2. Макаренко Н.О. Логістичний менеджмент: навч. посіб. Одеса: ВД «Гельветика», 2023. 206 с.
3. Макаренко Н.О. Стратегічне управління логістичною діяльністю аграрних підприємств на конкурентних засадах: монографія. Суми: Університетська книга, 2020. 266 с.
4. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 204 с.
5. Медвідь В. Ю., Данько Ю. І., Коблянська І. І. Методологія та організація наукових досліджень (у структурно-логічних схемах і таблицях): навч. посіб. Суми: СНАУ, 2020. 220 с.
6. Муштай В.А., Лишенко М.О. Стратегічний маркетинг. Навчальний посібник. Суми: СНАУ, 2022. 196 с.
7. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник / укладачі. Шумкова О. В., Лишенко М.О., Шумкова В.І. Суми: СНАУ, 2023. 204 с.

6.1.2. Методичне забезпечення

1. Правила оформлення студентських робіт: методичні вказівки для викладачів та студентів денної і заочної форм навчання факультету економіки і менеджменту / уклад. Н.І. Строченко, Н.Г. Маслак, Л.О. Рибіна Суми: Сумський національний аграрний університет. 2020. 36 с.
2. Фахове стажування та переддипломна практика. Програма та методичні рекомендації щодо проходження практики. Для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеню «Магістр»/ Лишенко М.О., Данько Ю.І., Макаренко Н.О., Макарова В.В., Муштай В.А., Нечипоренко В.В., Шумкова О.В. Суми. 2021. 71с.

6.1.3. Інші джерела

1. Басій Н.Ф., Нечипоренко В.В., Снітко Є. О., Кобець С.П. Сучасний дизайн управління рекламою та проектами в умовах діджиталізації, глобалізації та активізації безпекових механізмів. Науково-практичний журнал «Інвестиції: практика та досвід», № 8.
2. Лишенко М.О. Бренд-менеджмент як інструмент маркетингової діяльності підприємств. Економіка та суспільство. 2023. № 48.
3. Лишенко М.О., Макаренко Н.О. Теоретичні основи маркетингової концепції управління та формування стратегії розвитку підприємства в умовах сталості. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. №1(5). Т.8. С. 33-40.
4. Макаренко Н.О., Онопрієнко І.М. Статистичні методи в маркетинговому аудиті та контролі аграрного підприємства. Економіка та суспільство. №43.
5. Макарова В.В., Макаренко Н.О. Особливості управління лояльністю клієнтів на торговельних підприємствах малого бізнесу. Вісник Ужгородського національного університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Вип. 42. 2022. С. 90-94.
6. Орел А.М., Данько Ю.І., Жмайлов В.М. Прикладні аспекти комунікативних бар'єрів у сучасному суспільстві. Вісник Сумського національного аграрного університету серія «Економіка і менеджмент». 2022. №2 (92). С. 36-42
7. Сімків Л. Є. Ринкова інфраструктура: елементи та значення в ринковій економіці. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр. 2020. Вип. 4(144). С. 3-7. URL: [https://ird.gov.ua/sep/sep20204\(144\)/sep20204\(144\)_003_SimkivL.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20204(144)/sep20204(144)_003_SimkivL.pdf)
8. Устік Т.В., Назаренко С.В. Моделювання системи маркетингового управління інноваційно орієнтованих підприємств агропродовольчої сфери в глобалізаційних умовах економіки знань. Формування ринкових відносин в Україні. №9 (256) С. 90-97.
9. Шумкова О.В. Інтегрована система маркетингових комунікацій в міжнародному маркетингу. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2023. № 1 (127). С.93-97.
10. Шумкова О.В., Шумкова В.І. Особливості міжнародної маркетингової сертифікації послуг. Економічний простір. Збірник наукових праць. 2022. № 179 С.86-90.

6.2. Додаткові джерела

1. Інтернет-журнал bazilik.media. URL: <https://bazilik.media>

2. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
3. Навчально- методичні комплекси в системі дистанційного навчання СНАУ. Кафедра маркетингу та логістики. URL: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/index.php?categoryid=65>
4. Офіційний сайт організації International Institute of Marketing Professionals. URL: <http://www.theiimp.org/marketing-international-association>
5. Офіційний сайт організації American Marketing Association URL: <https://www.ama.org>
6. Офіційний сайт організації Українська асоціація маркетингу. URL: <http://www.uam.kneu.kiev.ua>

6.3. Програмне забезпечення

1. Використання стандартних пакетів Microsoft: Word, Excel, PowerPoint
2. Використання платформ Zoom, Google Meet, Microsoft Teams для організації онлайн-занять
3. Сервіс Canva
4. Сервіс Figma