

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

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

ФАХОВЕ СТАЖУВАННЯ

Спеціальність	D5 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)

Розробники: Г.Л. Наталія МАКАРЕНКО
д.е.н., професор, кафедри маркетингу та логістики
В.М. Вікторія МУСІЄНКО
к.е.н., доцент, кафедри маркетингу та логістики

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 16.06.2025 р. № 18
Завідувачка кафедри	<u>Г.Л.</u> Наталія МАКАРЕНКО (підпис) (ім'я та прізвище)

Погоджено:

Гарант освітньої програми

М.Л. Маргарита ЛИШЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Декан факультету, де реалізується освітня програма

С.Л. Світлана ЛУКАШ
(підпис) (ім'я та прізвище)

Рецензія на робочу програму(додається) надана:

В.М. Вікторія МАКАРОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

В.М. Валентина МУШТАЙ
(підпис) (ім'я та прізвище)

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації

Н.О. Надія БАРАКАЧ
(підпис) (ім'я та прізвище)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 23.06 2025 р.

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ					
1.	Назва ОК	Фахове стажування			
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 D5 Маркетинг Галузі знань D Бізнес, адміністрування та право Кваліфікація: магістр з маркетингу			
5.	Рівень НРК	7			
6.	Семестр та тривалість вивчення	Денна: 2 семестр, 4 тижні Заочна: 2 семестр, 4 тижні			
7.	Кількість кредитів ЄКТС	3			
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття) денна			Самостійна робота
		Лекційні	Практичні /семінарські	Лабораторні	Денна
		-	-	-	90
9.	Мова навчання	українська			
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	д.е.н., проф. Макаренко Н.О.; к.е.н., доцент Мусієнко В.І.			
11.1	Контактна інформація	Ауд. 213е., 214е Щовівторка з 14.00 до 15.00.			
11.	Загальний опис освітнього компонента	Фахове стажування 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», «Психологія маркетингу та реклами», «Комунікації іноземною мовою», «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент аграрного підприємства», «Моделювання і прогнозування маркетингу», «Логістичний менеджмент»			
13.1	Матеріально-технічне забезпечення реалізації ОК	Фахове стажування здобувачів освіти проводиться на базах, які забезпечують виконання програми фахового стажування, або в підрозділах університету, що відповідають вимогам до баз практики. Базами проведення практик можуть бути сучасні підприємства, установи, організації різних галузей сільського господарства, навчальні кабінети, лабораторії, навчально-практичні центри тощо, а також бази за межами України, за умови забезпечення ними виконання у повному обсязі робочих навчальних планів і програм. Підприємства, організації, установи незалежно від форми власності та підпорядкування, які є базами, повинні відповідати таким вимогам: - наявність структур, що відповідають освітній програмі; - можливість надати практикантам на час практики робочі місця; - надання права користуватися бібліотекою, лабораторіями, технічною та іншою документацією, потрібною для виконання програми практики; - можливість подальшого працевлаштування випускників (на загальних підставах за наявності вакансій); - наявність інформаційного забезпечення практикантів щодо новітніх технологій, що використовують у галузі.			
14.	Політика академічної доброчесності	Дотримання засад політики академічної доброчесності реалізується на засадах положень «Кодексу академічної доброчесності Сумського НАУ» від 28.10.2024 р. № 453/од https://drive.google.com/file/d/142uwVZKHnDYNQJ6TKFxaaPcr7rT5qTN8/view https://cdn.snau.edu.ua/moodle/enrol/index.php?id=5393			
15.	Посилання на Moodle				
16.	Ключові слова	Аналіз ринку, комунікаційна стратегія, маркетингова діяльність підприємства, маркетингова стратегія, маркетингові дослідження, позиціонування товару, ціноутворення			

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 Використовувати відповідний аналітичний та методичний інструментарій для збирання та аналізу необхідних даних, проводити розрахунки економічних і маркетингових показників, аргументовано приймати управлінські рішення.	+	+	+	+	+	+	+	+	Опитування при захисті звіту з фахового стажування
ДРН 2 Аналізувати діяльність підприємства за допомогою інформаційних систем та технологій прикладного наукового дослідження в маркетингу.	+	+		+	+		+		Аналітична робота (Звіт з фахового стажування)
ДРН 3. Формувати положення збутової, комунікаційної та товарної політики досліджуваного підприємства із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	+	+		+	+		+	+	Аналітична робота (Звіт з фахового стажування)
ДРН 4. Написати, оформити та захистити звіт про проходження фахового стажування	+	+	+			+	+	+	Доповідь-презентація звіту з фахового стажування

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 проектів 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	
Тема 1. Загальна організаційно-економічна характеристика підприємства Забезпеченість земельними, трудовими ресурсами, ефективність використання основних та оборотних фондів, спеціалізації та виробничий напрямок підприємства та його фінансовий стан					10	10	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-3 Інші джерела: 1-10
Тема 2. Аналіз маркетингової діяльності підприємства Організація планування маркетингових досліджень, дослідження конкурентів та конкурентоздатності підприємства, поведінки споживачів, споживчих властивостей товару і виявлення вимог, що ставляться до товару з боку покупців, дослідження ефективності дистрибуції, політики маркетингових комунікацій, дослідження впливу макросередовища на маркетингову діяльність підприємства					10	10	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-3 Інші джерела: 1-10
Тема 3. Маркетингова політика розподілу Аналіз динаміки збуту продукції по основних каналах розподілу в грошовому виразі для виявлення основних каналів та встановлення залежності кінцевих результатів діяльності підприємства від видів каналів розподілу					12	12	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-3 Інші джерела: 1-10
Тема 4. Маркетинговий менеджмент підприємства Організаційна структура маркетингової служби на підприємстві; розподіл функцій в межах маркетингової служби підприємства; планування бюджету маркетингових заходів; прогноз показників діяльності підприємства на основі аналізу фактичних результатів його діяльності					10	10	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-3 Інші джерела: 1-10
Тема 5. Рекламний менеджмент підприємства Види реклами, види презентаційної продукції що використовує підприємство; оцінка економічної ефективності реклами та рекламної кампанії підприємства					12	12	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-3 Інші джерела: 1-10
Тема 6. Логістичний менеджмент Діяльність логістичних систем та окремих підсистем підприємства; оцінка логістичного потенціалу підприємства					12	12	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-2 Інші джерела: 1-10
Тема 7. Стратегічний маркетинг Звичайна та абсолютна конкурентна сила підприємства; конкурентні позиції та напрями стратегічного розвитку стратегічних господарських підрозділів; здійснення стратегічного планування діяльності підприємства					12	12	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-3 Інші джерела: 1-10
Тема 8. Товарна інноваційна політика Товарний асортимент підприємства, застосування наукових підходів і методів для генерування ідей нових товарів; визначення рейтингу ідей нового товару; оцінювати КА ринкових перспектив інноваційного продукту					12	12	Підручники, посібники: 1-7 Методичне забезпечення: 1-3 Інші джерела: 1-10
Всього					90	90	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем під час аудиторних занять, консультацій)	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати студент самостійно)
ДРН 1 Використовувати відповідний аналітичний та методичний інструментарій для збирання та аналізу необхідних даних, проводити розрахунки економічних і маркетингових показників, аргументовано приймати управлінські рішення.	Інструктаж з фахового стажування, пояснення, консультування	Робота з навчально-методичною літературою
ДРН 2 Аналізувати діяльність підприємства за допомогою інформаційних систем та технологій прикладного наукового дослідження в маркетингу.	Консультації наукових керівників фахового стажування	Виконання програми фахового стажування в умовах виробництва, самостійна робота, підготовка звіту
ДРН 3. Формувати положення збутової, комунікаційної та товарної політики досліджуваного підприємства із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	Консультації наукових керівників фахового стажування	Виконання програми фахового стажування в умовах виробництва, самостійна робота, підготовка звіту
ДРН 4. Написати, оформити та захистити звіт про проходження фахового стажування	Перевірка звітів науковими керівниками фахового стажування	Самостійна 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.	Оформлення документів для проходження фахового стажування та інструктаж з техніки безпеки й охорони праці (щоденник фахового стажування)	10 балів / 10 %	1-й тиждень
2.	Виконання програми фахового стажування. Збирання матеріалу для написання звіту з фахового стажування. Аналіз маркетингової документації досліджуваного підприємства.	30 балів / 30%	протягом практики
3.	Написання й оформлення звіту з фахового стажування.	35 балів / 35%	4-й тиждень
4.	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
	<i>0 балів</i>	<i>1-7 балів</i>	<i>7-9 балів</i>	<i>10 балів</i>
Оформлення документів для проходження фахового стажування та інструктаж з техніки безпеки й охорони праці (щоденник фахового стажування)	Щоденник відсутній і наявність інших об'єктів контролю не враховуються. Виставляється загальна негативна оцінка за проходження фахового стажування.	Щоденник оформлений з порушенням установлених вимог, не містить передбаченої ним інформації (зокрема щодо змісту виконаних завдань).	Щоденник у цілому містить належну інформацію, однак оформлений з порушенням установлених вимог.	Щоденник оформлено належним чином, він містить повну інформацію про діяльність практиканта.
Виконання програми фахового	<i>0 балів</i>	<i>1-15 балів</i>	<i>16-26 балів</i>	<i>27-30 балів</i>
	Здобувач вищої освіти систематично	Здобувач вищої освіти не	Здобувач вищої освіти у цілому	Здобувач вищої освіти чітко дотримувався

стажування. Збирання матеріалу для написання звіту з фахового стажування (Аналітична робота)	порушував установлені терміни виконання завдань. Вимоги щодо програми фахового стажування не виконано.	додержувався календарного плану проходження фахового стажування. При цьому більшість вимог виконано, але окремі пункти змісту практики відсутні або недостатньо розкрити.	додержувався календарного плану проходження фахового стажування, однак допускав відступи від рекомендацій, при цьому виконані усі вимоги програми фахового стажування.	календарного плану проходження фахового стажування. Сумлінно та вчасно виконував усі вимоги програми фахового стажування. Ним запропоновано власне вирішення виробничих питань, продемонстровано активність, цілеспрямованість, креативність.
Написання й оформлення звіту з фахового стажування	<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 фахового стажування, містить грубі змістові помилки.	Програму фахового стажування 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 фахового стажування виконано повною мірою і належним чином.	Звіт містить усю необхідну інформацію щодо процесу організації та результатів проходження фахового стажування. Програму фахового стажування виконано повною мірою і належним чином.
Доповідь-презентація звіту з фахового стажування	<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 в фахового стажування ід кафедри позитивна оцінка практики є неможливою. У випадку, якщо Здобувач вищої освіти не виконав програму фахового стажування 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 фахового стажування.	Здобувач вищої освіти не дає задовільних відповідей по суті поставлених запитань, не орієнтується у програмі фахового стажування або в окремих її частинах, або припускається грубих помилок, що дають змогу зробити висновок про невиконання або неналежне виконання програми фахового стажування, свідчать про відсутність реальних результатів практики і набутих практичних навичок та вмінь.	Здобувач вищої освіти демонструє належні знання, переважно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі фахового стажування, однак у відповідях на запитання припускається окремих неточностей.	Здобувач вищої освіти демонструє належні знання, вільно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі фахового стажування в цілому, чим підтверджує її виконання; надає правильні й аргументовані відповіді на всі запитання з програми фахового стажування.

5.2. Формативне оцінювання:

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

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

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

6.1.1. Підручники, посібники

1. Лищенко 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., Лищенко М.О. Стратегічний маркетинг. Навчальний посібник. Суми: СНАУ, 2022. 196 с.
7. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник / укладачі. Шумкова О. В., Лищенко 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. Маркетинг. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти галузі знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 «Маркетинг» / уклад. Лищенко М.О., Макаренко Н.О., Макарова В.В., Муштай В.А. Суми, 2025. 59 с.
3. Фахове стажування та переддипломна практика. Програма та методичні рекомендації щодо проходження практики. Для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеню «Магістр»/ уклад. Лищенко 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. Лищенко М.О. Бренд-менеджмент як інструмент маркетингової діяльності підприємств. Економіка та суспільство. 2023. № 48.
3. Лищенко 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 торгівельних 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 basilik.media. URL: <https://basilik.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