



Силабус освітньої компоненти ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Галузь знань – 07 Управління та адміністрування
Спеціальність – 075 Маркетинг
Освітньо-професійна програма – «Маркетинг»

Рік навчання: IV, Семестр: 8

Кількість кредитів: 9 Мова викладання: українська

Контактна інформація

Кафедра маркетингу
ptm@wunu.edu.ua, +38 (0352) 51-75-36

Опис освітньої компоненти

Виробнича практика є невід'ємною складовою процесу підготовки фахівців ступеня вищої освіти «бакалавр» за освітньо-професійною програмою «Маркетинг». У ході практики студенти повинні набути вмінь та навичок стосовно вирішення різноманітних аналітичних та практичних завдань, пов'язаних із виконанням професійних функцій у сфері маркетингу.

Метою виробничої практики є самостійне практичне освоєння студентами сукупності прийомів і методів дослідження у сфері маркетингу, їх застосування для розв'язання конкретних задач, набуття професійного досвіду.

Структура курсу

- тренінг;
- інформування студентів про мету, завдання та зміст виробничої практики;
- ознайомлення студентів з порядком проходження виробничої практики;
- надання студентам інструкцій щодо виконання робочої програми практики, порядку оформлення всіх необхідних документів, зокрема, щоденника практики, звіту за результатами проходження виробничої практики;
- виконання конкретної роботи під керівництвом практичного працівника установи;
- ознайомлення студентів із порядком захисту звіту виробничої практики.

Пререквізити

Успішне вивчення дисциплін, передбачених навчальним планом освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Постреквізити

Здобуті студентами у ході вивчення дисциплін, передбачених навчальним планом освітньо-професійної програми «Маркетинг», знання стануть теоретичним підґрунтям для формування звіту (після проходження виробничої практики), підготовки до атестаційного екзамену зі спеціальності, можливостей майбутнього здобуття ступеня освіти магістра та здійснення подальшої науково-дослідної роботи за спеціальністю.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Звіти про практику, які здаються із порушенням визначених навчальним планом термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Студенту, який не виконав програму практики з поважних причин, може бути надано право проходження практики повторно при виконанні умов, визначених університетом.

Політика щодо академічної доброчесності. Звіти, які механічно переписані із нормативних документів, положень, посадових обов'язків, неопрацьовані і не оформлені належним чином, а тим більше виконані шляхом дослівного використання тексту, ідей інших авторів без посилання на відповідні джерела інформації, до захисту не допускаються.

Політика щодо відвідування. Відвідування баз практики є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) практика може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником практики.

Система оцінювання та вимоги

Вимоги щодо порядку проходження виробничої практики та захисту звіту, подано у програмі виробничої практики.

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з виробничої практики визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1 (тренінг зі спеціальності)	30%
Заліковий модуль 2 (оформлення звіту)	30%
Заліковий модуль 3 (захист звіту)	40%

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом

Рекомендовані літературні джерела

1. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / Філіп Котлер ; пер. з англ. [Олексій Сіпігін]. - Київ : Альпіна Паблішер, 2021. - 251 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. К.: Науковий світ. 2022. 880 с.
3. Кузик О. В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. / Олег Кузик ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. - Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. - 337 с.
4. Курбан О. В. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг: навч. посіб. / Курбан О. В., Курбан С. О. - Київ : Білий Тигр, 2019. - 159 с.
5. Ларіна Я. С. Поведінка споживачів: навч. посіб. / Я. С. Ларіна, А. В. Рябчик ; [за ред. Я. С. Ларіної]. - Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. - 282 с.
6. Маркетинг для бакалаврів: навч. посіб. / [уклад. І. М. Буднікевич та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Буднікевич ; Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. - Чернівці : Рута, 2018. - 395 с.
7. Маркетинг у банках: навч. посіб. / Р. М. Безус [та ін.] ; Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. - Дніпро : Журфонд, 2019. - 318 с.
8. Маркетингові дослідження: підручник / Н. С. Косар [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. - 457 с.
9. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова [та ін.] ; під заг. ред. Н. В. Попової ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Харків. торг.-екон. ін-т. - Харків : Факт, 2020. - 314 с.
10. Молчанова Ю. В. Маркетингові комунікації: [навч. посіб.] / Ю. В. Молчанова. - Одеса : ОДАБА, 2019. - 199 с.
11. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика: підручник / М. А. Окландер, О. П. Чукурна ; Одес. нац. політехн. ун-т. - Київ : Центр учбової літератури, 2020. - 283 с.
12. Петруня В. Ю. Управління маркетинговою діяльністю. Практикум: навч. посіб. / В. Ю. Петруня, Ю. Є. Петруня ; Ун-т мит. справи та фінансів. - Дніпро : Ун-т мит. справи та фінансів, 2021. - 104 с.
13. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / Адель Світвуд ; пер. з англ. Олександра Асташова. - Київ : Наш формат, 2019. - 150, [2] с.