

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАСКРІЗНА ПРОГРАМА КОМПЛЕКСНОЇ ПРАКТИКИ ЗА ФАХОМ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)  
галузі знань – 07 Управління та адміністрування  
спеціальність – 075 «Маркетинг»  
освітня професійна програма – «Маркетинг та Digital-комунікації»

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Радою зі спеціальності 075 «Маркетинг»,  
галузі знань 07 «Управління та  
адміністрування»  
Протокол № від \_\_\_\_\_ 2024 р.

Наскрізна програма комплексної практики за фахом студентів ОНТУ спеціальності 075 «Маркетинг» СВО бакалавр / Значек Р.Р., Мардар М.Р., Лозовська Г.М. – Одеса: ОНТУ, 2024. – 18 с.

Укладачі: Значек Р.Р., к.т.н., доцент  
Мардар М.Р., д-р. техн. наук, професор  
Лозовська Г.М., к.е.н., доцент

Наскрізна програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року № \_\_\_\_

Схвалено Радою зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Протокол від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року № \_\_\_\_

Відповідальний за випуск завідувач кафедрою маркетингу, підприємництва і торгівлі, д.е.н, проф. В.В. Лагодієнко

Узгоджено з директором Центру СПС і В І.Р. Біленькою, канд. техн, наук, доцент

## 1. Вступ

Наскрізна програма практики розроблена на основі «Положення про складання наскрізної програми практики здобувачів ОНТУ» і є основним навчально-методичним документом, який визначає проведення практики здобувачів, що навчаються за ступенем вищої освіти «бакалавр», спеціальністю 075 «Маркетинг», ОПІ " Маркетинг та Digital-комунікації. Вона забезпечує єдиний комплексний підхід до організації практичної підготовки, системності, безперервності і спадкоємності навчання студентів.

Практика є невід'ємною складовою частиною професійної підготовки бакалаврів і виступає як один із засобів формування у майбутніх фахівців знань, умінь і навичок, необхідних для успішної та ефективної професійної діяльності, є первинним досвідом професійної діяльності і має сприяти саморозвитку студента.

Дані про співвідношення виду практики з формою навчання та освітньо-кваліфікаційним рівнем, курс, найменування практики, семестр, в якому вона проводиться і кількість тижнів (у відповідності з затвердженим навчальним планом) наведені у таблиці 1.

Таблиця 1 – Вид практики

Форма навчання	Ступінь вищої освіти	Курс	Вид практики	Семестр	Кількість тижнів
денна	бакалавр	IV	Комплексна за фахом	8	3
заочна	бакалавр	V	Комплексна за фахом	10	3

## 2. Мета практики

Метою комплексної практичної підготовки є оволодіння студентами сучасними методами, формами організації та знаряддями праці в галузі їх майбутньої професії, формування у них на базі одержаних в ОНТУ знань, професійних умінь та навичок для прийняття самостійних рішень під час роботи в реальних ринкових і виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності.

Послідовність, термін та тривалість проведення комплексної практики за фахом студентів регламентуються навчальним планом ОНТУ підготовки фахівців за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Підготовку і проведення практик здійснює випускова кафедра.

**Метою комплексної практики за фахом** є поглиблення і закріплення, отриманих в результаті навчання в академії, теоретичних знань з маркетингу, менеджменту, економіки, організації та планування діяльності підприємств харчової промисловості та інших спеціальних фахових дисциплін; вивчення виробничої і господарської діяльності; набуття навичок діагностування виробничих проблем та розв'язання конкретних господарських ситуацій шляхом прийняття обґрунтованих управлінських рішень на основі глибокого і всебічного аналізу виробничої і фінансової діяльності підприємства.

У відповідності з поставленою метою комплексної практики за фахом студент зобов'язаний:

- ознайомитися з принципами організації та функціонування підприємства, його організаційною та управлінською структурою;
- ознайомитися з розподілом функціональних обов'язків працівників відділу маркетингу та інших економічних служб;
- опанувати технологію виробництва основних видів продукції;
- опанувати питання організації виробничого процесу на підприємстві;
- ознайомитися з асортиментом продукції, що виготовляється на підприємстві;
- вивчити складові маркетингового середовища;
- вивчити сильні та слабкі сторони, маркетингові можливості та загрози підприємства, його стратегічні цілі;
- навести характеристику споживача продукції підприємства;
- запропонувати методи підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

### **3. Загальні вимоги до організації і керівництва практики**

За організацію і проведення практики студентів відповідають відповідальні за практику від кафедр та Центр СПС і В.

#### **3.1 Обов'язки керівника практики від ОНТУ**

Відповідальні та практичну підготовку студентів від кафедр зобов'язані:

- здійснювати пошук баз практик спільно зі співробітниками Центру СПС і В;
- за 2,5 місяці до початку практики укласти договір на проведення практики студентів ОНТУ спільно зі співробітниками Центру СПС і В;
- за 2 місяці до початку практики надати базі практики для погодження програму практики, а не пізніше ніж за тиждень — список студентів, які направляються на практику;

- надати для перевірки інспекторам Центру СПС і В проект Наказу «Про направлення студентів на практику»;

- не пізніше ніж за місяць до початку практичної підготовки підписати у керівників відповідних структурних підрозділів Наказ «Про направлення студентів на практику»;

- забезпечити проведення всіх організаційних заходів у навчальному закладі перед від'їздом студентів на практику: інструктаж про порядок проходження практики, надання студентам-практикантам необхідних документів (направлення, робоча програма, щоденник).

Відповідальність за проведення практики покладається на завідувачів кафедр та керівників практики – досвідчених викладачів спеціальних дисциплін кафедр, призначених Наказом «Про направлення студентів на практику».

### **3.2 Обов'язки керівника практики від організації**

Керівник практики:

- перед початком практики контролює підготовленість баз практики та вважає за потребу до прибуття студентів-практикантів проведення відповідних заходів;

- забезпечує проведення всіх організаційних заходів перед виїздом студентів на практику: інструктаж про порядок проходження практики та з техніки безпеки, надання студентам-практикантам необхідних документів (направлення, програми, щоденник, календарний план, індивідуальне, тема курсового і дипломного проекту (роботи), методичні рекомендації чи інші: перелік яких встановлює ОНТУ;

- повідомляє студентів про систему звітності з практики, прийняту на кафедрі, а саме: подання письмового звіту, виконання кваліфікаційної роботи, вигляду оформлення виконаного індивідуального завдання, підготовка доповіді, повідомлення, виступу тощо;

- у тісному контакті з керівником практики від бази практики забезпечує високу якість її проходження згідно з програмою;

- контролює забезпечення нормальних умов праці і побуту студентів та проведення з ними обов'язкових інструктажів з охорони праці і техніки безпеки;

- контролює виконання студентами-практикантами правил внутрішнього трудового розпорядку, веде або організовує ведення табеля відвідування студентами бази практики;

- у складі комісії приймає заліки з практики;

- подає завідувачу кафедри письмовий звіт про проведення практики із зауваженнями і пропозиціями щодо поліпшення практики студентів.

- подає директору Центру СПС і В зауваження та пропозиції щодо поліпшення практики студентів і укладання нових базових договорів, не пізніше двох місяців після закінчення практики.

Відповідальні за практику в першу чергу повинні заповнювати студентами місця згідно укладеним базовим договорам.

Керівник практики від бази, практики несе відповідальність у відповідності до укладеного договору на практику студентів.

### **3.3 Обов'язки студента-практиканта**

Студенти зобов'язані:

- до початку практики одержати від відповідального за практичну підготовку викладача від кафедри направлення, робочу програму, щоденник, індивідуальне завдання та консультації щодо оформлення всіх документів;

- пройти медичний огляд;

- пройти інструктаж з охорони праці і техніки безпеки;

- своєчасно прибути на базу практики;

- регулярно вести щоденники з повним описом завдання і повною характеристикою та переліком робіт, виконаних за день;

- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики та вказівками її керівників;

- вивчити і суворо дотримуватись правил охорони праці і техніки безпеки і виробничої санітарії та внутрішнього розпорядку;

- нести відповідальність за виконану роботу;

- своєчасно оформити звітну документацію та скласти залік з практики у встановлений термін.

Практика вважається виконаною тільки після здачі звіту, який затверджується оцінкою, занесеною у заліково-екзаменаційну відомість і залікову книжку студента. Оцінка з практики враховується деканатом при визначенні середнього балу і формуванні наказу на виплату стипендій.

Студент, який не з'явився на практику, зобов'язаний надати адміністрації виробництва та керівнику практики від ОНТУ письмове пояснення або медичну довідку.

### **4. Підведення підсумків практики**

Підведення підсумків практики здійснюється після завершення практики. Кожним студентом представляється на рецензування керівнику практики від ОНТУ письмовий звіт з практики разом з іншими документами,

установленими ОНТУ (щоденник, характеристика та інше), оформлений у відповідності до ДСТУ 3008-95 від 23.02.1995 р. «Документація. Звіти у сферах науки та техніки. Структура та правила оформлення».

Звіт має містити відомості про виконання студентом всіх розділів програми практики та індивідуального завдання, висновки і пропозиції, список використаної літератури.

Звіт з практики захищається студентом (з диференційованою оцінкою) в комісії, призначеній завідувачем кафедри.

Комісія приймає залік у студентів на базах практики в останні дні її проходження або в ОНТУ протягом перших десяти днів семестру, починається після практики.

Оцінка за практику вноситься в заліково-екзаменаційну відомість і в залікову книжку студента за підписами членів комісії.

Оцінка студента за практику враховується стипендіальною комісією при визначенні розміру стипендії разом з його оцінками за результатом підсумкового контролю.

Студенту, який не виконав програму практики без поважних причин може бути надано право проходження практики повторно при виконанні умов, визначених ОНТУ. Студент, який востаннє отримав негативну оцінку по практиці в комісії, відраховується з ОНТУ.

Підсумки кожної практики обговорюються на засіданнях кафедр, а загальні підсумки практики підводяться вчених радах ОНТУ або на радах факультетів не менше одного разу протягом навчального року.

Відповідно до календарного графіку практики та встановлених вимог студент готує і оформляє письмовий звіт, який подається на перевірку керівникові практики від підприємства (організації) разом із щоденником. Підписаний керівником практики звіт завіряється на титульній сторінці печаткою підприємства (організації). Щоденник з практики має бути також завірений печаткою підприємства та містити відгук керівника від підприємства, який включає оцінку виконання студентом програми та календарного графіку проходження практики.

Протягом 10 днів після закінчення практики студент здає оформлений звіт разом зі щоденником і висновками про виконання виробничої практики на кафедру маркетингу. Керівник практики від академії ознайомлюється зі звітом і дає загальну оцінку виконаної роботи, яка заноситься в щоденник проходження практики.

Оформлений звіт разом зі щоденником, представляється до захисту керівнику практики від кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі.

Під час захисту звіту студент має охарактеризувати підприємство, звітувати про виконану роботу, показати знання з теорії і практичні навички організації роботи на базі практики та вказати основні шляхи вдосконалення напрямів діяльності підприємства. Усний захист супроводжується підготовленою презентацією до звіту.

Підсумкове оцінювання проходження студентом практики проводиться за єдиним модулем (табл. 2), для кожного із елементів якого встановлена максимальна і мінімальна кількість балів, які може отримати студент-практикант.

При цьому передбачено різні форми контролю виконання елементів модуля. Так, виконання студентом календарного графіку проходження практики оцінюється керівником практики від підприємства за 5-ти бальною шкалою. Оцінка проставляється в щоденнику практики студента і потім переводиться керівником практики від кафедри у відповідну кількість балів для їх врахування при підсумковому контролі.

Відповідність змісту і оформлення звіту студента з практики встановленим програмою вимогам оцінюється керівником практики від кафедри в балах.

Знання, уміння та навички студента за програмою практики оцінюється кафедральною комісією (2-3 викладачі), призначеною завідувачем кафедри із числа керівників практики.

Диференційований залік проводиться в усній формі кафедральною комісією.

Підсумкове оцінювання проводиться з урахуванням сумарної кількості балів, отриманих студентом за окремими елементами модуля.

*Таблиця 2*

**Зміст модулів проходження практики, їх оцінювання в балах та форми поточного контролю знань студентів**

№ по з.	Елементи модуля	Кількість балів		Форма контролю	Хто проводить контроль
		мінімальна	максимальна		
1	Виконання календарного графіку проходження практики	15	25	Поточний контроль	Керівники практики від підприємства та від кафедри
2	Своєчасність подання звіту з практики, оформленого з дотриманням вимог	10	20	Перевірка звіту	Керівник практики від кафедри
3	Відповідність звіту вимогам до змісту	25	35	Перевірка звіту	Керівник практики від



					кафедри
4	Відповідність презентації звіту вимогам	5	10	Перегляд під час доповіді	Кафедральна комісія
5	Оцінювання знань, умінь, навичок під час усного захисту звіту з практики	5	10	Диф. залік у усній формі	Кафедральна комісія
	Всього	60	100		

Комісія проводить оцінювання проходження практики за єдиними критеріями. Оцінку за практику вносять у заліково-екзаменаційну відомість і в залікову книжку студента за підписами трьох членів комісії відповідно до національної шкали.

Студент, який не виконав програму комплексної практики без поважних причин або одержав незадовільну оцінку, відраховується з академії протягом перших двадцяти днів після повернення з практики. А якщо студент не виконав програму практики з поважних причин, то йому надається можливість пройти практику у вільний від навчання час.

## **5. Програма комплексної практики за фахом**

### **5.1 Зміст звіту з комплексної практики за фахом**

Зміст звіту передбачає розгляд таких питань, як:

– *характеристика підприємства*: територіальне розташування, форма власності, юридичний статус, організаційна структура управління підприємства, режим роботи підприємства, основні напрямки діяльності підприємства;

– *аналіз маркетингової діяльності підприємства*: характеристика сильних та слабких сторін, маркетингових можливостей та загроз підприємства. На основі цієї інформації побудувати матрицю SWOT із зазначенням у відповідних полях матриці лаконічних і таких, що чітко відображають ситуацію, назв внутрішніх сильних і слабких сторін, а також зовнішніх можливостей та загроз. Прокоментувати зміст побудованої матриці SWOT, за її результатами дати узагальнюючу оцінку стану та позицій підприємства;

– *стан ринку, на якому працює підприємство*: вивчення і аналіз маркетингового мікросередовища та макросередовища підприємства;

– *характеристика споживача продукції підприємства*: під час аналізу споживачів звернути увагу на типи ринків, на яких працює підприємство: споживчий, виробників, проміжних продавців, державних установ, міжнародний. Від цього залежить спрямування аналізу клієнтурних ринків і розроблення комплексу маркетингу. Необхідно з'ясувати, які ринкові сегменти обслуговує підприємство, хто є споживачами його продукції.

Зробити висновок щодо того, які треба запровадити заходи, щоб споживачів продукції підприємства стало більше.

– запропоновані заходи щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності: окреслення ринкових можливостей підприємства шляхом визначення найбільш привабливих напрямів діяльності, які відкриваються перед підприємством з урахуванням умов його внутрішнього стану та зовнішнього оточення, і які дозволяють підприємству набувати стратегічні переваги перед конкурентами. Студенти повинні запропонувати 3 заходи, які відповідно до комплексу маркетингу, можуть бути направлені на вдосконалення продукції/послуги підприємства, ціноутворення, прасування чи комунікації.

## **5.2 Контроль за виконанням програми комплексної практики за фахом**

Повсякденно керує комплексною практикою керівник практики від підприємства — начальник планово-економічного відділу, начальник відділу маркетингу, начальник логістики та збуту підприємства згідно з даною програмою учбової практики.

Керівник комплексної практики від підприємства на основі складеного графіка згідно з програмою визначає порядок виконання робіт на окремих робочих місцях.

За час комплексної практики студент веде щоденник за встановленою формою, в якому коротко викладає зміст робіт, виконаних упродовж робочого дня. Потрібно щоденно робити короткі нотатки в робочому зошиті, який є основою для складання звіту з комплексної практики за фахом. Студент-практикант зобов'язаний не рідше одного разу на тиждень подавати керівникові практики від підприємства звіт про виконану роботу та щоденник на перевірку.

В таблиці 3 наведено календарний план для студентів IV курсу.

### **Таблиця 3 - Календарний план проходження комплексної практики за фахом**

№	Зміст роботи	Термін виконання, днів
1	Приїзд на підприємство. Ознайомлення з підприємством	1
2	Робота на підприємстві	15
3	Збирання матеріалів для виконання програми практики і написання звіту:	3
	– характеристика підприємства;	
	– аналіз маркетингової діяльності підприємства;	

	– стан ринку, на якому працює підприємство;	
	– характеристика споживача продукції підприємства;	
	– запропоновані заходи щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності.	
4	Оформлення звіту та його презентації	1
5	Захист практики	1
	Усього	21

### **5.3 Вимоги до оформлення звіту з комплексної практики за фахом**

#### **5.3.1 Загальні вимоги до оформлення звіту**

Звіт набирається українською мовою в редакторі MicrosoftWord, шрифтом TimesNewRoman, розміром 14, з полуторним міжрядковим інтервалом. Додається до звіту електронний варіант.

Поля становлять: зверху 2 см  
нижнє 2 см  
ліве 2,5 см  
праве 1,5 см.

Кожний розділ починається з нового аркуша.

Назва розділу – 14 шрифт, напівжирний, посередині.

Назва підрозділу – 14 шрифт, напівжирний, з лівого краю, відступ 1,25 см.

Відступ першої строки – 1,25 см.

Сторінки нумеруються – верхній правий кут.

На титульному аркуші номер сторінки не ставиться (але враховується).

#### **Приклад:**

## **РОЗДІЛ 2**

### **Аналіз маркетингової діяльності підприємства**

Проведення виставок для товарів і послуг компанії є найефективнішим способом просування їх на ринку.....

Відступ першої строки – 1,25 см.

#### **5.3.2 Оформлення таблиць**

##### **Приклад оформлення таблиці:**

В таблиці: шрифт 14, міжрядковий інтервал – 1,0 (допускається шрифт 12).

В тексті повинне бути посилання на таблицю.

Приклад:

Показники, методи дослідження та нормативні документи вказані в табл.2.2.

Таблиця 2.2 – Динаміка основних показників виставкової діяльності України

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011 р. у % до 2010 р.
Кількість окремих суб'єктів виставкової діяльності - всього	131	126	135	130	144	123	129	126	97,7
із них									
організатори виставок	116	110	118	114	127	106	111	107	96,4
виставкові центри	15	16	17	16	17	17	18	19	105,6
кількість проведених виставкових заходів - всього	1019	1094	1107	1088	1174	1076	1127	1116	99
із них									

Якщо таблиця переноситься на другий аркуш:

Продовження табл. 2.2

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011 р. у % до 2010 р.
виставки	453	572	566	593	653	512	510	497	97,5
ярмарки	566	522	541	495	521	564	617	619	100,3
Загальна забудована площа організаторів виставок, тис. кв. м.	899	1231	1540	1476	1836	1267	1268	1283	101,2
Загальна забудована площа організаторів виставок, тис. кв. м.	198	203	210	169	192	196	206	202	97,9

### 5.3.3 Ілюстрації та їх оформлення в звіті

Текст звіту може доповнюватися ілюстративним матеріалом у вигляді графіків, діаграм, схем тощо. Якість ілюстрацій має забезпечити їх чітке відтворення.

Жодна структурна частина звіту не повинна починатися безпосередньо з ілюстрації, а також закінчуватись нею. Ілюстрації слід розміщувати у роботі безпосередньо після того місця у тексті, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці.

Ілюстрації обов'язково повинні мати назву. Назви ілюстрацій розміщують після їхніх номерів. В разі потреби ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (текст під рисунками).

Ілюстрації позначають словом «Рис.», нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації має складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка, наприклад: Рис. 1.3 (третій рисунок першого розділу). Слово «Рис.», номер та назва ілюстрації розміщуються після ілюстрації та

друкуються звичайним шрифтом з вирівнюванням по центру. Якщо в роботі подано одну ілюстрацію, то її не нумерують.

Зміст ілюстрацій має наочно ілюструвати думки автора, тому на всі ілюстрації в роботі мають бути посилання у тексті з зазначенням порядкового номеру ілюстрації, наприклад: «рис 1.3» або «...на рис. 1.2...». Після ілюстрації має обов'язково бути коментар щодо неї.

### **Приклад оформлення рисунку:**

В тексті повинне бути посилання на рисунок.

### **Приклад:**

Для кращого сприйняття інформації, наведеної в таблиці представимо дані у вигляді графіку, де буде наведена динаміка окремих показників діяльності організаторів виставок та виставкових центрів (у % порівняно попереднім роком) – рис.3.1.

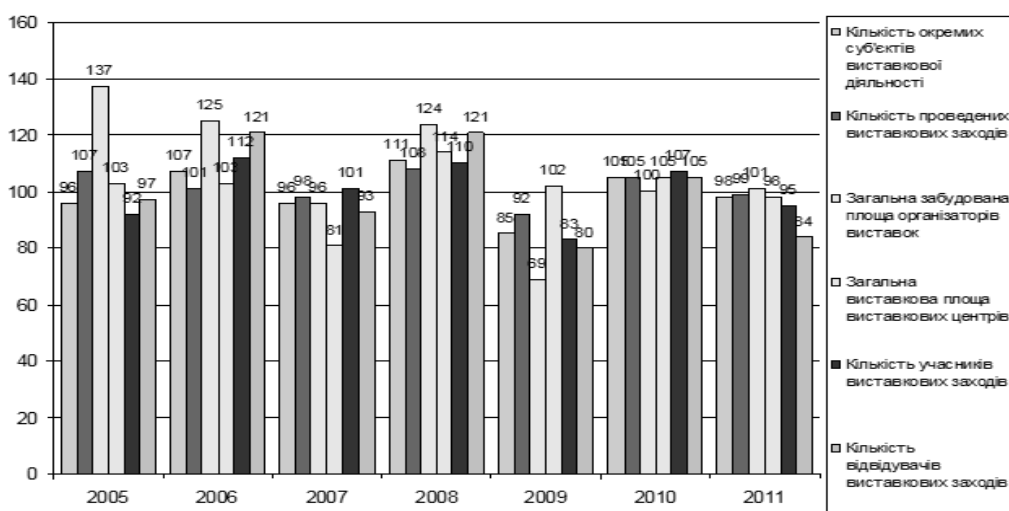


Рис. 3.1 – Динаміка окремих показників діяльності організаторів виставок та виставкових центрів

Нумерація таблиць та рисунків може бути:

- за розділами – в **розділі 1**: 1.1, 1.2, 1.3 і т. і.; в **розділі 2**: 2.1, 2.2, 2.3 і т. і.

### **Приклад:**

Основний інструмент підвищення ефективності проведених заходів - стратегія гнучкого маркетингу і хороше знання ринку [4].

До звіту повинні бути додані схеми, таблиці, акти копій документів, заповнені практикантом відповідно до вимог програми. Їх виконують на окремих аркушах та додають наприкінці звіту після списку літератури.

### **5.3.4 Оформлення додатків до змісту**

Додатки розміщуються після списку використаних джерел. У додатки виносяться громіздкі таблиці, схеми, діаграми, форми документів, анкети тощо.

Кожний додаток повинен починатися з нової сторінки. Посередині рядка малими літерами жирним шрифтом з першої великої друкується слово «Додаток» і велика літера, що позначає додаток. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, З, І, Ї, И, Й, О, Ч. Наприклад, додаток А, додаток Б.

### **5.3.5 Література**

Список використаних джерел - елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків.

Бібліографічний опис складають безпосередньо за друкованим твором або виписують з каталогів і бібліографічних показників повністю без пропусків будь-яких елементів, скорочення назв і т. ін. Завдяки цьому можна уникнути повторних перевірок, вставок пропущених відомостей.

При написанні роботи автор повинен давати посилання на джерела, матеріали або окремі результати з яких наводяться в роботі.

Посилання в тексті роботи на джерела слід зазначати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками.

Джерела можна розміщувати одним із таких способів: у порядку посилань у тексті (найбільш зручний для користування і рекомендований при написанні роботи), в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків, у хронологічному порядку.

Відомості про джерела, включені до списку, необхідно давати відповідно до вимог державного стандарту з обов'язковим наведенням назв праць.

Приклади оформлення бібліографічного опису у списку джерел наведені в додатку В.

### **5.3.6 Створення презентації до звіту**

Презентація з доповненням звіту. Вона повинна містити ключові складові звіту, бути ілюстративним супроводом доповіді студента під час

усного захисту звіту з практики. Презентація виконується в програмі PowerPoint, об'єм презентації 10-15 слайдів.

Зміст слайдів:

- титульний слайд (аналогічний титульному звіту);
- 1–2 слайди ілюстративного матеріалу до кожного розділу звіту (наприклад, таблиці, схеми організаційних структур, рисунки, анкети опитування споживачів тощо);
- висновки.

## ЗМІСТ

### ВСТУП

1. Характеристика підприємства
2. Аналіз маркетингової діяльності підприємства
3. Стан ринку, на якому працює підприємство
4. Характеристика споживача продукції підприємства
5. Запропоновані заходи щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності

Індивідуальне завдання

### ВИСНОВКИ

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ



Міністерство освіти і науки України  
Одеська національний технологічний університет

Кафедра маркетингу,  
підприємництва і торгівлі

**ЗВІТ**  
з комплексної практики за фахом  
студентки IV-го курсу факультету ММтаПА  
спеціальності 075 «Маркетинг»

Іванової Тетяни Володимирівни

Місце проходження практики \_\_\_\_\_

Початок практики \_\_\_\_\_

Закінчення практики \_\_\_\_\_

Група \_\_\_\_\_

Керівники практики:  
від ОНТУ \_\_\_\_\_

від установи \_\_\_\_\_

Звіт здано на кафедрі \_\_\_\_\_

Звіт зараховано з оцінкою \_\_\_\_\_

**Приклади оформлення бібліографічного опису у списку джерел,  
який наводиться у наукових роботах.**

Джерело	Приклад оформлення
Монографії, підручники навчальні посібники	Дубініна А.А. Митна справа: Підручник [Текст] /Дубініна А.А., Сорока С.В., Зельніченко О.І. - К.:Центр учбової літератури, 2010.-320 с. Капрельянц, Л.В. Функціональні продукти [Текст] /Л.В. Капрельянц, К.Г. Іоргачова. – О.: Друк, 2003. – 312 с.
Стандарти	Консерви. Соки та сокові продукти. Ч. І. Терміни та визначення понять. Ч. ІІ. Номенклатура та вимоги [Текст]: ДСТУ 4283.1:2007, ДСТУ 4283.2:2007. – Чинний 2007-08-01. – К.: Держспоживстандарт України, 2007. – 24 с.
Статті з наукових збірників	Беличенко, А.М. Современные технологии и тенденции в развитии безалкогольной индустрии напитков в России [Текст] / А.М. Беличенко // Вопросы питания. – 1999. - № 2. - С. 24 - 26.
Статті з журналів	Рудавська, Г.Б., Анненкова, Н.Б. Класифікація продуктів екструзійної технології та можливості розширення їх асортименту [Текст] / Г.Б. Рудавська, Н.Б. Анненкова // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі: Зб. наукових праць ХДУХТ.-2006.- С. 264-271.
Дисертації	Сердюк, Л.В. Наукове обґрунтування формування якості комбінованих зернових продуктів підвищеної харчової цінності [Текст]: дис. д-ра техн. наук: 05.18.15. / Сердюк Людмила Василівна. - ХДАТОХ, Харків,2001.-530 с.
Автореферати дисертацій	Ковбаса, В.М. Наукове обґрунтування високотемпературної екструзії природних біополімерів та розроблення раціональних технологій харчоконцентратів і хлібопродуктів поліпшеної якості [Текст]: автореф. дис. д-ра техн. наук: 05.18.15. / Ковбаса Віктор Миколайович. – Київ, 1998.-41 с.
Патенти	Пат. 5460842 США, МКИ <sup>6</sup> А 23 L 1/38. Способ изменения содержания жира в м'яке Mordan Arthur 1 [Текст] / (США);- № 385791; Заявл. 09.02.95; Опубл. 24.10.95.; НКІ 426/281.-7 с.
Електронний ресурс	Бібліотека і доступність інформації у сучасному світі: електронні ресурси в науці, культурі та освіті : (підсумки 10-ї Міжнар. конф. „Крим-2003") [Електронний ресурс] / Л. Й. Костенко, А. О. Чекмарьов, А. Г. Бровкін, І. А. Павлуша // Бібліотечний вісник. — 2003. — № 4. — С 43. — Режим доступу до журн.: <a href="http://www.nbu.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm">http://www.nbu.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm</a> .