

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ОBOB'ЯЗKOBOTO OCBITHЬOTO KOМПОНЕНТУ  
«КОМПЛЕКСНА ПРАКТИКА ЗА ФАХОМ»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління і адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг та Digital-комунікації*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності *075 «Маркетинг»*

*«22» 08 2023 р. протокол №5.*

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

К 23-32

## 1. Загальна інформація

**Кафедра:** [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)  
**Викладач:** **Значек Рафаела Рафаелівна**, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук



### [Профайл](#)

**Контакти:**  
rafaehlab88@gmail.com,  
048-712-41-03

**Освітній компонент викладається на 4 курсі у 8 семестрі для денної та заочної форм навчання**

**Кількість: кредитів – 7,5, годин – 225**

<b>Аудиторні заняття, годин:</b>	<b>всього</b>	<b>лекції</b>	<b>практичні</b>
<b>денна</b>	0	0	0
<b>заочна</b>	0	0	0
<b>Самостійна робота, годин</b>	Денна – 225		Заочна – 225

### [Розклад занять](#)

## 2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «Комплексна практика за фахом» розглядає питання практичної підготовки та оволодіння здобувачами 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.

Практична підготовка здобувачів повинна не тільки закріпити отримані здобувачами в університеті теоретичні знання, а й надати їм практичного досвіду з керівництва і регулювання технологічних процесів з метою виробництва високоякісної продукції з мінімальними витратами сировини та допоміжних матеріалів. Крім вивчення особливостей технології виробництва продукції та структури підприємства, не менш важливим завданням технологічної практики є дублювання обов'язків штатних працівників, досконале вивчення і засвоєння їх прав і обов'язків на виробництві. Виробниче навчання має складну програму, для виконання якої від кожного здобувача вимагається самостійна і вдумлива робота.

Практика здобувачів, як невід'ємна складова частина процесу професійної підготовки висококваліфікованих фахівців в ОНТУ і базується на таких принципах:

- безперервності (здійснюється на всіх етапах навчання, коли здобувач у процесі навчання у вищому навчальному закладі повинен на кожному курсі, на протязі всього строку навчання брати участь у роботі підприємства);
- систематичності;
- зв'язку з життям;
- відповідності змісту сучасним вимогам підприємства;
- комплексного підходу;
- різноманіття видів діяльності здобувачів;
- інтеграції ОНТУ і підприємства;
- організації практики відповідно до специфіки особистісних якостей здобувачів, конкретних умов ОНТУ.

### 3. Мета освітнього компоненту

**Метою** ОК «Комплексна практика за фахом» – є поглиблення і закріплення, отриманих в результаті навчання в університеті, 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.

**Завданням** ОК «Комплексна практика за фахом» – є формування у здобувачів вищої освіти професійних умінь і навичок щодо прийняття самостійних рішень під час професійної діяльності в реальних умовах; поглиблення та закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачами вищої освіти в процесі вивчення дисциплін професійної підготовки; опанування сучасних прийомів, методів та знарядь праці в сфері маркетингу; виховання у здобувачів вищої освіти потреби поповнювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності.

В результаті проходження ОК «Комплексна практика за фахом» здобувачі повинні:

**Знати:** складові маркетингового середовища підприємства; сильні та слабкі сторони, маркетингові можливості та загрози підприємства, його стратегічні цілі.

**Уміти:** обробляти й аналізувати отриману інформацію; документально оформляти результати аналізу; застосовувати отримані під час навчання знання в рішенні практичних завдань; оформляти необхідну документацію, у т.ч. звітну; написати звіт з комплексної практики за фахом за наданою темою та захистити його; акумулювати й аналізувати матеріали для підготовки кваліфікаційної роботи.

**Ознайомитися:** з принципами організації та функціонування підприємства, його організаційною та управлінською структурою, з розподілом функціональних обов'язків працівників відділу маркетингу та інших економічних служб; технологією виробництва основних видів продукції, асортиментом продукції, що виготовляється на підприємстві.

### 4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «Комплексна практика за фахом» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» та «Маркетинг та digital-комунікації»](#) підготовки бакалаврів.

#### Інтегральна компетентність

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

#### Загальні компетентності:

**ЗК3.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

**ЗК6.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

**ЗК7.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**ЗК8.** Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

**ЗК9.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

**ЗК10.** Здатність спілкуватися іноземною мовою.

**ЗК13.** Здатність працювати в міжнародному контексті.

### Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК3.** Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- СК5.** Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК6.** Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- СК7.** Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК9.** Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
- СК10.** Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- СК13.** Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
- СК14.** Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
- СК15\*.** Здатність використовувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг з використанням digital-комунікацій.

### Програмні результати навчання:

- ПРН2.** Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН3.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПРН6.** Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- ПРН19\*.** Впроваджувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг з використанням digital-комунікацій.

## 5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

### 5.1 Перелік завдань до самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Характеристика підприємства: територіальне розташування, форма власності, юридичний статус, організаційна структура управління підприємства, режим роботи підприємства, основні напрямки діяльності підприємства.	25	25
2	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.	50	50
3	Стан ринку, на якому працює підприємство: вивчення і аналіз маркетингового мікросередовища та макросередовища підприємства.	50	50
4	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	50	50

	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.		
5	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.	50	50
<b>Всього за ОК:</b>		<b>225</b>	<b>225</b>

### 6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у форматі підсумкового контролю.

Підсумковий контроль – *диференційований залік*.

**Нарахування балів:**

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів
Виконання індивідуального плану проходження практики*	50
Оформлення звітної документації за практику*	20
Захист звіту за практику*	30
<b>Всього</b>	<b>100</b>

\*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті](#).

### Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів

**Підсумковий контроль – диференційований залік**

41-50 балів	Здобувач у повному обсязі, самостійно виконав індивідуальне завдання проходження практики: досконало володіє знаннями щодо нормативно-правових документів, що регулюють діяльність підрозділу в якому проходив практику; набув практичні навички щодо покладених на нього посадових обов'язків; наполегливо виконував заплановані заходи; вів посадову документацію, передбачену програмою практики, своєчасно виходив на роботу; дотримувався вимог правил внутрішнього трудового розпорядку та виконавчої дисципліни	відмінно
-------------	--	----------

31-40 балів	Здобувач виконав індивідуальний план проходження практики за незначної сторонньої підтримки: вивчив нормативно-правові документи, що регулюють діяльність підрозділу в якому проходив практику; набув практичні навички щодо виконання покладених на нього посадових обов'язків, але потребував незначної сторонньої допомоги та підтримки; виконував заплановані заходи, але відчував незначні труднощі при їх організації та аналізі досягнутих результатів; вів посадову документацію; своєчасно виходив на роботу.	добре
11-30 балів	Здобувач виконав індивідуальний план проходження практики користуючись постійною допомогою і підтримкою: ознайомився з нормативно-правовими документами, що регулюють діяльність підрозділу в якому проходив практику, але відчував певні труднощі при їх практичному застосуванні; набув практичні навички виконувати покладені на нього посадові обов'язки, але їх виконання потребувало постійного контролю та корекції зі сторони; виконував заплановані заходи та оформлював службову документацію, допускаючи помилки.	задовільно
0-10 балів	Здобувач не виконав індивідуальне завдання проходження практики: не спромігся набути практичні навички виконання покладених на нього посадових обов'язків, навіть за умови постійної підтримки та допомоги; не виконував заплановані заходи та недбало ставився до ведення посадової документації; допускав грубі порушення правил внутрішнього трудового розпорядку	незадовільно

### Оформлення звіту з комплексної практики за фахом

Критерії оцінювання	Кількість балів
Виконання здобувачем всіх методичних рекомендацій, щодо оформлення матеріалів практики, програми практики, індивідуального плану, завдань і вказівок керівника. Систематичне та повне ведення щоденнику, наявність відміток про це у щоденнику, охайність в роботі з документами. Вчасне заповнення всіх облікових документів, складання звіту .	До 20
Виконання здобувачем методичних рекомендацій, щодо оформлення матеріалів практики, програми практики, індивідуального плану, завдань і вказівок керівника. Ведення щоденнику. Заповнення всіх облікових документів, проте присутні незначні помилки у оформленні документації, які в цілому не вплинули на хід проходження практики.	До 15
Неповне виконання здобувачем методичних рекомендацій, щодо оформлення матеріалів практики, програми практики, індивідуального плану, завдань і вказівок керівника. Неохайне та несистематичне ведення щоденнику. Не заповнення всіх облікових документів.	До 10
Відсутність документів, що підтверджують проходження здобувачем практики	0



## Критерії оцінювання захисту звіту з комплексної практики за фахом

Критерії оцінювання	Кількість балів
Здобувач під час захисту практики виявляє всебічні, систематизовані, глибокі знання щодо нормативної бази яка регулює діяльність підрозділу в якому проходив практику; демонструє грамотне та логічне викладення інформації; допускає не більше 1-2 незначних помилок (через неуважність, обмовки), які сам виправляє.	До 30
Здобувач під час проходження захисту практики виявляє повні знання щодо нормативної бази яка регулює діяльність підрозділу в якому проходив практику, при відповіді на питання комісії викладає матеріал у певній логічній послідовності, допускає: не більше 2–3 незначних помилок; деяку неповноту відповіді або невірність літературної мови	До 20
Здобувач під час проходження захисту практики виявляє: не досить повні знання щодо нормативної бази, яка регулює діяльність підрозділу в якому проходив практику; не здатність відповісти на питання комісії на рівні репродуктивного відтворення; наявність не більше 1-2 суттєвих помилок (на прикладі невміння використовувати знання в конкретній практичній ситуації); неповна відповідь, незрозуміла її побудова.	До 10
Здобувач під час проходження захисту практики виявляє: відсутність знань або нерозуміння більшої або найбільш суттєвої частини матеріалу зазначеного у завданнях практики; суттєві помилки, які не виправляє, незрозуміла побудова відповіді на поставлені питання.	0

## 7. Засоби діагностики успішності навчання

**Методи навчання**, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК «Комплексна практика за фахом»:

- *наочні: ілюстративний, та демонстраційний матеріал;*
- *інтерактивні: використання комп'ютерної техніки, офісних і спеціалізованих програм під час проходження практики;*
- *практичні: практична робота, з виконанням завдань згідно вимогам ОК;*
- *самостійна робота: робота з навчально-методичними матеріалами, робота зі статистично-аналітичними звітами, складання планової та звітної документації, науково-дослідна робота студентів (методи пізнання, аналогій, оцінка, ілюстрація тощо), складання скетчів за темами НДРС, реферування, конспектування).*

## 8. Інформаційні ресурси

### Базові (основні):

1. Буряк І.Р., Збарський В.К., Талавиря М.П., Бондаренко В.М. Маркетинг [Електронний ресурс]: підручник; за ред. В.К. Збарського; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Вид. 2-ге перероб. та допов. – Київ : КОМПРИНТ, 2023. – 538 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2145668>

2. Значек Р.Р., Мардар М.Р. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Маркетинг соціальних мереж (SMM)" [Електронний ресурс] : галузь знань 07 "Управління та адміністрування", спец. 075 "Маркетинг", ступінь бакалавр; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. – Одеса : ОНТУ, 2023. – 47 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2126335>

3. Лагодієнко В.В., Мардар М.Р., Значек Р.Р. Програма та методичні рекомендації до дослідницької практики [Електронний ресурс] : рівень вищої освіти – другий (магістерський), галузі знань – 07 Управління та адміністрування, спец. – 075 "Маркетинг",

освітня проф. програма – "Маркетинг". Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. - Одеса : ОНАХТ, 2020. - 27 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1645126>

4. Бородкіна І. Л., Бородкін Г.О. Web-технології та Web-дизайн: застосування мови HTML для створення електронних ресурсів [Текст]: навч. посіб.; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ: Ліра-К, 2020. – 212 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1625020>

5. Сенишин О. С., Кривешко О.В. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб.; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2020. – 347 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1805993>

6. Лозовська Г.М. Методичні вказівки до практичних занять з курсу "Маркетингові дослідження" [Електронний ресурс]: для студентів спец. 075 "Маркетинг", освіт. програм "Маркетинг" СВО Бакалавр ден. та заоч. форми навчання; відп. за вип. В. В. Лагодієнко; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. – Одеса : ОНТУ, 2023. – 55 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2134434>

7. Лозовська Г.М. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Нейромаркетинг" [Електронний ресурс] : здобувачів СВО "бакалавр" спец. 075 "Маркетинг" ден. і заоч. форми навчання; відп. за вип. В. В. Лагодієнко; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. – Одеса : ОНТУ, 2023. – 34 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2135557>

8. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проектах: навч. посіб. / Ун-т економіки та права "КРОК". – Київ, 2021. – 224 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2062669>

#### Додаткові:

1. Офіційний веб-портал «Законодавство України» <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
2. Урядовий портал <https://www.kmu.gov.ua/>
3. Офіційний веб-портал Міністерства юстиції України <https://minjust.gov.ua/>

### 9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#), [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015 та роботодавців](#).

Викладач

/ПІДПИСАНО/

Рафаела ЗНАЧЕК

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «17» серпня 2023 р. № 1

Завідувач кафедри

/ПІДПИСАНО/

Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг та Digital-комунікації*  
доцент, кафедра МПіТ

/ПІДПИСАНО/

Рафаела ЗНАЧЕК