

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



СИЛАБУС ВІБРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
«КОМПЛЕКСНА МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА»

Мова навчання – *українська*

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

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг*

Ступінь вищої освіти *магістр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності *075 «Маркетинг»*

« » *2024 р. протокол № .*

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)
Викладач: Лозовська Ганна Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат економічних наук



[Профайл](#)

Контакти:
aniko85@ukr.net,
0672970507

Освітній компонент викладається на 1 курсі у 1 та/або 2 семестрі для денної та заочної форм навчання

Кількість: кредитів – 12, годин – 360

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	0	0	0
заочна	0	0	0
Самостійна робота, годин	Денна – 360		Заочна – 360

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Комплексна міжнародна практика є складовою частиною освітньо- професійної програми «Маркетинг» другого рівня вищої освіти (магістр) за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» та проводиться відповідно до затверджених робочим навчальним планом і графіком навчального процесу з метою закріплення здобувачами вищої освіти системи професійних вмінь і навичок, а також досвідом професійної діяльності, та має сприяти саморозвитку здобувача. Міжнародна практична підготовка покликана забезпечити набуття практичних навичок роботи в міжнародному просторі, вміння самостійно вести аналітичну та дослідну роботу з обраної спеціальності.

Програма комплексної міжнародної практики – одна з форм проведення практичної підготовки, що є вибірковою компонентою освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів та проводиться згідно з [«Положення про організацію і проведення міжнародної практики студентів»](#), є основним навчально-методичним документом, що визначає порядок проведення практики за напрямом підготовки, забезпечує єдиний комплексний підхід до організації практичної підготовки, системності, безперервності і наступності навчання здобувачів та регламентує мету, зміст, послідовність проведення міжнародної практики та містить рекомендації щодо видів, форм, методів контролю якості підготовки (рівень знань, умінь і навичок), які здобувачі повинні отримувати під час проходження комплексної міжнародної практики за освітньо- кваліфікаційним рівнем магістр.

Комплексну міжнародну практику обирають здобувачі замість вибіркової компоненти певного семестру.

3. Мета освітнього компоненту

Згідно з [«Положення про організацію і проведення міжнародної практики студентів»](#), комплексна міжнародна практика здобувачів вищої освіти передбачає закріплення теоретичних знань, набуття практичних навичок і досвіду роботи за спеціальністю, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо застосовувати їх у практичній діяльності.

Метою ОК «Комплексна міжнародна практика» є сприяння інтеграції національної освіти до світового освітнього простору на основі закріплення теоретичних знань здобувачів та набуття практичного досвіду з організації та здійснення

виробничих процесів на підприємствах харчової, зернопереробної галузей промисловості, а також готельно-ресторанної та туристичної сфери з організацією системи менеджменту, маркетингу, ведення бухгалтерської статистичної звітності і визначення фінансових результатів діяльності на цих підприємствах.

Завдання:

- Сприяти підвищенню якості організації і проведення практик на основі освітнього процесу в ОНТУ, забезпеченню його практичного спрямування;
- поглиблення і закріплення теоретичних знань з маркетингу, інформаційно-аналітичної діяльності підприємств;
- набуття професійних навичок застосування знань у сфері маркетингу, інформації в умовах розбудови міжнародної діяльності України, постійних змін у тенденціях розвитку міжнародних відносин;
- закріплення методики узагальнення та аналізу міжнародної інформації зовнішньоекономічного та правового характеру, моделювання ситуацій в галузі маркетингу та застосування комунікативних технологій у практиці;
- формування вмінь оцінювати, аналізувати та прогнозувати процеси, що відбуваються у сучасній системі маркетингу, з урахуванням національних інтересів України;
- використання системного підходу при проведенні інформаційно-аналітичних досліджень;

Зміст комплексної міжнародної практики обумовлений напрямком діяльності підприємства, організації чи установи, що є базою практики і повинен відповідати вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики фахівця. Звіт з проходження комплексної міжнародної практики є основним підсумковим документом, що надає можливість проаналізувати і оцінити діяльність здобувача під час проходження практики. Звіт має бути складено під час проходження практики та перевірено безпосередньо керівником практики від бази практики.

В результаті проходження ОК «Комплексна міжнародна практика» здобувачі повинні:

Знати: складові маркетингового середовища підприємства; сильні та слабкі сторони, маркетингові можливості та загрози підприємства, його стратегічні цілі; сутність та особливості наукового дослідження; основні принципи роботи з емпіричною базою дослідження; методи наукових досліджень; види інформаційного забезпечення та використання джерел інформації у науково-дослідній роботі; методологічні основи наукових досліджень; особливості організації науково-дослідної роботи; вимоги до оформлення результатів науково-дослідної роботи; етичні та правові основи наукової діяльності.

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; застосовувати понятійний апарат методології наукових досліджень; відбирати, групувати вихідні дані, використовувати загальнонаукові та специфічні методи збирання первинної інформації; застосовувати наукові методи обробки інформації для виявлення залежностей між сукупностями даних; проводити моніторинг досліджуваних подій з метою виявлення закономірностей і співвідношень, їх аналіз і використання як основи для прогнозів.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «Дослідницька практика» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»](#) та освітньо-професійній програмі [«Маркетинг»](#) підготовки магістрів.

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

- ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК4.** Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК5.** Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК6.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ЗК8.** Здатність розробляти проекти та управляти ними.
- ЗК10*.** Навички тайм-менеджменту, календарного планування.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- СК3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- СК4.** Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
- СК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- СК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- СК7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
- СК8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
- СК9.** Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу

Програмні результати навчання:

- Р3.** Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- Р8.** Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- Р12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- Р14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- Р15.** Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення..

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік завдань до самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Загальна характеристика діяльності підприємства (об'єкта практики): історія підприємства, дата створення, місце знаходження; організаційно-правова форма підприємства; форма власності підприємства (колективна, державна, приватна і т. ін.); організаційна структура підприємства з переліком функцій підрозділів, опис	100	100

	чисельності робітників підприємства; характеристика галузі, до якої належить підприємство; інформація про продукцію (послуги), яку виробляє підприємство; основні групи споживачів (клієнтів) продукції підприємства; опис основних конкурентів підприємства; частка ринку (сегмент або стратегічна зона господарювання), яку займає підприємство та частка ринку, яку займають основні конкуренти підприємства (при наявності інформації); опис основних постачальників стратегічних ресурсів підприємства (матеріальні, фінансові, трудові, інформаційні, технологічні та ін.).		
2	<p>Аналіз маркетингової діяльності підприємства за функціональними спрямуваннями: відвідування функціональних підрозділів та фахівців управлінської сфери підприємства, пов'язаних з маркетинговою діяльністю, та вивчення наступних питань:</p> <p>Маркетинговий менеджмент: положення про відділ маркетингу, склад підрозділу; посадові інструкції фахівців відділу маркетингу (маркетолог, помічник маркетолога, начальник відділу тощо) або інших підрозділів, що виконують аналогічні види діяльності; склад функцій (з маркетингової діяльності), які виконуються підрозділом, фахівцем; нормативні акти, якими керуються фахівці при виконанні закріплених за ними управлінських функцій; склад документації, яку розроблює фахівець; комунікації фахівця (з ким, по яких питаннях, з якими документами); технічне оснащення та засоби зв'язку (обміну інформацією), які використовує фахівець в управлінській діяльності за відповідною функцією; засоби захисту маркетингової інформації;</p> <p>Стратегічний маркетинг: місія та стратегічні цілі підприємства; система стратегій підприємства (загальна, конкурентна, функціональні – товарна, цінова, збутова, комунікаційна);</p> <p>Товарна інноваційна політика та політика розподілу: ступінь оновлення асортименту протягом останніх 3-5 років; перелік впроваджених інновацій (за рівнем новизни, за масштабом новизни, сферою застосування, формою, стадією застосування тощо); традиційні та інноваційні канали розподілу продукції; структура каналів розподілу;</p> <p>Сучасні методи просування продовольчих товарів: перелік актуальних методів просування, що застосовуються підприємством та його основними конкурентами; контент-аналіз медіа-простору щодо згадування підприємства та його торгових марок в контексті ринкових або соціальних подій; заходи підприємства з івент-маркетингу, паблік рилейшнз, директ-маркетингу тощо;</p> <p>Рекламний менеджмент: перелік рекламної активності підприємства за останні 3-5 років; перелік рекламних агенцій, послугами яких користується підприємство та на яких умовах; приклад брифу на замовлення виконання певної активності.</p>	120	120
3	Розробка пропозицій щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Залежно від наукових інтересів та особистих бажань здобувач повинен розробити конкретні та обґрунтовані пропозиції щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства або впровадження певного нововведення (інновації) в даній сфері. Пропозиції можуть бути спрямовані як на удосконалення існуючих напрямів діяльності та послуг підприємства, так і передбачати принципові нововведення (впровадження нових напрямів, послуг, вихід на зовнішні ринки тощо).	140	140
Всього за ОК:		360	360

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
Всього	100

*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

Виконання індивідуального плану проходження практики

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 міжнародної практики

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 міжнародної практики

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	До 10

Критерії оцінювання	Кількість балів
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.	
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 міжнародна практика»:

- *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. ДСТУ 3008-2015 Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлювання. [Чинний від 2017-07-01]. Вид. офіц. Київ: ДП «УкрНДНЦ» 2016. 31 с. URL: https://science.kname.edu.ua/images/dok/derzhstandart_3008_2015.pdf
2. ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання [Чинний від 2016-07-01] Вид. офіц. Київ: ДП «УкрНДНЦ» 2016. 20 с.
3. Освітньо-професійна програма «Маркетинг». Другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 Управління та адміністрування. URL: [«Маркетинг»](#)
4. Положення про організацію і проведення міжнародної практики студентів: URL: [Положення про організацію і проведення міжнародної практики студентів](#)
5. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Дата оновлення: 18.12.2019. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
6. [Стандарти вищої освіти](#) за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти: наказ Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.
7. Про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України: наказ Міністерства освіти і науки України від 08.04.1993 р. № 93 Дата оновлення: 20.12.1994. URL: <https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0035-93>.
8. Стратегічний план розвитку на період до 2027 р. від 27.12.2018 р. №6 URL: <https://ontu.edu.ua/download/pubinfo/Long-term-Devel-Strategy-2027.pdf>

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 / / Ганна ЛОЗОВСЬКА

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри _____

Протокол від « ____ » _____ 2024 р. № ____

Завідувач кафедри / / Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг*
доцент, кафедра МПіТ / / Ганна ЛОЗОВСЬКА