

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО 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 та Digital-комунікації*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

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: **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 2 курсі у 4 семестрі, на 3 курсі у 6 семестрі, на 4 курсі у 7 семестрі для денної та заочної форм навчання
Кількість: кредитів – 16, годин – 480

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	0	0	0
заочна	0	0	0
Самостійна робота, годин	Денна – 480		Заочна – 480

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Комплексна міжнародна практика є складовою частиною освітньо-професійної програми «Маркетинг та digital-комунікації» першого рівня вищої освіти (бакалавр) 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 навиків 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 [«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 бакалавр.

Комплексну міжнародну практику обирають здобувачі замість вибіркової компоненти певного семестру.

3. Мета освітнього компоненту

Згідно [«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 «Комплексна міжнародна практика» 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 інноваційній 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:

- Р2.** Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- Р3.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- Р6.** Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- Р19*.** 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	80	80

	діяльності підприємства.		
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.	100	100
3	Стан ринку, на якому працює підприємство: вивчення і аналіз маркетингового мікросередовища та макросередовища підприємства.	100	100
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 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.	100	100
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.	100	100
Всього за ОК:		480	480

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 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 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 оформлення. [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 та digital-комунікації». Першого 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 першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: наказ Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018 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 /ПІДПИСАНО/ Рафаела ЗНАЧЕК

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри _____

Протокол від « ____ » _____ 2024 р. № ____

Завідувач кафедри /ПІДПИСАНО/ Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг та Digital-комунікації*
доцент, кафедра МПіТ /ПІДПИСАНО/ Вікторія МІЛЬЧЕВА