



**Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

ОЗНАЙОМЧА ПРАКТИКА

ОП «Маркетинг»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ПП-1	Ознайомча практика	Обов'язкова освітня компонента практичної підготовки	Перший (бакалаврський)	2	3	6	Диференційований залік

Мова навчання: українська.

Форми здобуття освіти: очна (денна), заочна

Види баз практики: Базами практики для здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» можуть бути: підприємства, організації та установи різних галузей виробництва, діяльність яких передбачає наявність фахівців з посадовими вимогами, що відповідають кваліфікаційним характеристикам ОП «Маркетинг».

Методи навчання: практико-орієнтоване навчання, проблемно-пошуковий, порівняльного аналізу, словесний, пояснювально-демонстраційний, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

Оцінювання: поточне, підсумкове.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

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

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Засоби діагностики успішності навчання: практичні завдання, індивідуальні питання та завдання тощо.

Зміст освітнього компонента: Основні кваліфікаційні вимоги до фахівця з маркетингу на підприємстві. Ознайомлення із маркетингом як складовою діяльності підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання, із системою організації виробництва на певному підприємстві, де здійснюється ознайомча практика, матеріально-технічним забезпеченням управління підприємством; маркетинговою і рекламною діяльністю підприємства. Основні види діяльності, які здійснює підприємство; структура підприємства та організація роботи маркетологів, їх функціональні обов'язки. Комплекс маркетингу підприємства. Збір, опрацювання та узагальнення практичних матеріалів та оформлення Звіту з навчальної практики. Захист Звіту з навчальної практики.

Методи навчання: Практико-орієнтоване навчання, проблемно-пошуковий, порівняльного аналізу, словесний, пояснювально-демонстраційний, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

Методи оцінювання: Поточний контроль здійснюється керівниками ознайомчої практики на місцях шляхом повсякденного спостереження за роботою здобувачів вищої освіти та шляхом періодичних перевірок ведення щоденника, матеріалу який зібраний для Звіту з практики (проведення розрахунків, підготовка матеріалів індивідуальних завдань, виконання індивідуальних завдань, підготовка звіту тощо). Підсумковий контроль проводиться на заключному етапі ознайомчої практики та передбачає підсумковий контроль - проведення захисту звіту з практики.

Засоби діагностики результатів навчання. Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожним напрямом практики. Підсумковий контроль передбачає проведення захисту звіту з практики.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

Рекомендована література:

1. Агеев Є. Я. *Практикум з маркетингу (збірник текстів, задач та завдань) [Текст] : навч. посібник : рек. МОН України. – Львів : «Новий світ-2000», 2018. – 493 с*
2. *Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навч. посібник - Київ: ДУТ, 2019. – 262 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703>*
3. *Виноградова О. В., Крижко О.В. В49 «Маркетинговий менеджмент». ч.2. «Організація офісної діяльності». Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2018. – 137 с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1702_36465668.pdf*

4. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. –146 с. -[Електронний ресурс]. Режим доступу - http://www.dut.edu.ua/uploads/l_796_67558907.pdf

5. Поведінка споживача [Текст] : навч. посіб. / Городняк І. В.; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. - Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. - 255 с.

6. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. –Дніпропетровськ :Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с. Навчально-методичні матеріали в системі Moodle: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/3/category/743/view/1656>

7. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. –Київ: ДУТ, 2019. –108 с. http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1707_97507936.pdf

Керівник практики від ЗВО: Неговська Юлія Миколаївна, кандидат економічних наук, декан факультету економіки та інформаційних технологій.

Гарант освітньої програми:

Серкутан Тетяна Вікторівна,
кандидат економічних наук, доцент, кафедри маркетингу,
економіки, управління та адміністрування

