

СИЛАБУС ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Лектор курсу			Крижко Ольга Валеріївна, старший викладач кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: o.kryzhko@duikt.edu.ua Посилання в GWE - https://classroom.google.com/c/NzUzNzY1NTk4NjA3?cjc=ygmj7ic	
Галузь знань			07 <i>Управління та адміністрування</i>		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		8	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Основна освітня компонента ОПП	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	6	180	-	-	-	-	180	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Управління продажами, засади відкриття власного бізнесу, електронні закупівлі, управління персоналом, маркетингові чинники результативності бізнесу, міжнародний маркетинг, маркетингова цінова політика, реклама та рекламна діяльність
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота
Мета курсу:	Закріплення та поглиблення теоретичних знань, отриманих у процесі навчання, формування та розвиток професійних компетентностей, необхідних для виконання типових завдань у сфері маркетингу.

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)
<p>ЗК 1. 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.</p> <p>ЗК 2. 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.</p> <p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.</p> <p>ЗК 5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 8. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації на достатньо високому рівні.</p>	<p>ПП 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу</p> <p>ПП 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу</p> <p>ПП 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі</p> <p>ПП 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими</p> <p>ПП 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу</p> <p>ПП 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності</p> <p>ПП 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</p> <p>ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності</p> <p>ПП 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній</p>

<p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економікоматематичних методів та моделей.</p> <p>ЗК 10. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>	<p>діяльності</p> <p>ПП10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності</p> <p>ПП11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ПП12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу</p> <p>ПП13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі</p> <p>ПП14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>ПП15. Здатність організувати роботу з використанням CRM-систем, формувати ефективні логістичні схеми</p> <p>ПП16. Здатність застосовувати Інтернет технології та можливості сучасних інформаційно-комунікаційних засобів в процесі маркетингової діяльності</p>
--	---

Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН 1.** Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- ПРН 2.** Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН 3.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПРН 4.** Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- ПРН 5.** Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- ПРН 6.** Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- ПРН 7.** Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- ПРН 8.** Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПРН 9.** Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- ПРН 10.** Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- ПРН 11.** Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- ПРН 12.** Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН 13.** Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН 14.** Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- ПРН 15.** Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості
- ПРН 16.** Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- ПРН 17.** Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної

термінології.

ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПРН 19. Організувати роботу з використанням CRM-систем, формувати ефективні логістичні схеми.

ПРН 20. Здатність застосовувати Інтернет технології та можливості сучасних інформаційно-комунікаційних засобів в процесі маркетингової діяльності

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАКТИКИ

Етапи проходження практики	Вид заняття	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Вступ до переддипломної практики Завдання 1. Організація проведення практики Знати: основні навчально-методичні документи по організації практики, роль, значення і місце переддипломної практики в забезпеченні майбутніх фахівців практичними вміннями і навичками. Вміти: відбирати і працювати з документами Формування компетенцій: ЗК1-3, ЗК10, ПП 1-ПП4 Результати навчання: ПРН 1- ПРН 6.. Рекомендовані джерела: 1-4	Самостійна робота 2 год.	Пояснювально - ілюстративний
Ознайомчий етап Завдання 2. Аналіз ключових напрямів діяльності підприємства Знати: зміст документів, основні показники і метрики оцінки ефективності роботи підприємства Вміти: аналізувати структуру підприємства, виявляти основні напрями діяльності та оцінювати діючу стратегію, робити висновки. Формування компетенцій: ЗК1-3, ЗК6-ЗК8, ЗК10-ЗК14, ПП 1-ПП4, ПП7, ПП12 Результати навчання: ПРН 1- ПРН 6.. Рекомендовані джерела: 5-19	Самостійна робота 30 год.	Пошуковий метод. Навчальні питання 1. Аналіз структури підприємства та маркетингового відділу. 2. Вивчення основних напрямків діяльності та маркетингових стратегій компанії. .
Аналітичний етап Завдання 3. Аналіз ринкової позиції підприємства Знати: ключові показники оцінки ефективності маркетингових стратегій. Вміти: аналізувати ринкову інформацію, методику проведення SWOT-аналізу підприємства та його ринкових позицій, аналізувати ефективність діючої стратегії підприємства. Формування компетенцій: ЗК 3- ЗК8, ЗК11, ЗК 14, ПП 1- ПП 5. Результати навчання: ПРН 12- ПРН 20. Рекомендовані джерела: 5-19	Самостійна робота 30 год.	Пошуковий метод. Навчальні питання 1. Збір та аналіз ринкової інформації для дослідження конкурентного середовища. 2. Проведення SWOT-аналізу підприємства та оцінка його ринкових позицій. 3. Аналіз ефективності маркетингових стратегій та кампаній.
Практичний етап: Завдання 4. Дослідження маркетингової діяльності підприємства. Знати: основні категорії маркетингової діяльності, методи і методики її дослідження. Вміти: використовувати методи і методики дослідження маркетингової діяльності конкретного підприємства за допомогою сучасних програмних продуктів. Формування компетенцій: ЗК 3- ЗК14, ПП 6- ПП 11, ПП 13- ПП 16	Самостійна робота 30 год.	Пошуковий метод. Навчальні питання 1. Планування та проведення опитувань, фокус-груп та глибинних інтерв'ю. 2. Обробка результатів досліджень за допомогою сучасних програмних продуктів (SPSS, Excel, CRM-системи). 3. Формулювання цілей маркетингових стратегій та розробка

<p>Результати навчання: ПРН 7, ПРН 10, ПРН12-ПРН20. Рекомендовані джерела: 5-19</p>		<p>планів їх реалізації. 4. Підготовка комплексних маркетингових програм та оцінка їх ефективності. 5. Розрахунок ціни на товари та послуги з урахуванням ринкових умов. 6. Розробка стратегій просування товарів та послуг у різних каналах комунікації. 7. Робота з інструментами цифрового маркетингу (SEO, SMM, Google Analytics). 8. Створення та управління контентом у соціальних мережах та на вебресурсах. 9. Розробка бізнес-планів та маркетингових проєктів. 10. Оцінка економічної ефективності реалізації маркетингових заходів.</p>
<p>Підсумковий етап Завдання 5. Висновки та пропозиції по результатам роботи.. Знати: інструменти цифрового маркетингу Вміти: використовувати цифрові технології та інструменти для оформлення і презентації роботи Формування компетенцій: ЗК9, ЗК10- ЗК14, ПП 12, ПП 15, ПП 16. Результати навчання: ПРН 7- ПРН 9, ПРН 12-ПРН20. Рекомендовані джерела: 5-19</p>	<p>Самостійна робота 30 год.</p>	<p>Пошуковий метод. Навчальні питання 1. Цифрові технології та інструменти використовуються для управління маркетинговими кампаніями. 2. Підготовка звіту за результатами проходження практики. 3. Презентація результатів роботи та висновків</p>
<p>Індивідуальне завдання</p>	<p>Самостійна робота 58 год.</p>	<p>SWOT-аналіз підприємства. Аналіз конкурентної позиції підприємства. PESTEL-аналіз для оцінки конкурентного середовища. Маркетингові дослідження Розробка маркетингових стратегій Ціноутворення та просування Використання цифрових технологій у маркетингу Планування та оцінка ефективності проєктів</p>
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<p>Вивчення курсу не потребує використання спеціального матеріально-технічного та програмного забезпечення. Додаткове забезпечення матеріально-технічним обладнанням виконується на базах практик підприємствами партнерами.</p>		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України: Наказ Міністерства освіти України від 8 квітня 1993 р. № 93. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0035-93#top 2. Положення про організацію освітнього процесу у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf 3. Положення про проведення практик здобувачів вищої освіти Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_23214805.pdf 4. Амонс С. Е., Красняк О. П. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: теоретичний аспект. <i>Ефективна економіка</i>. 2020. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7926 		

5. Буднікевич І.М., Черданцева І.Г., Клічук Б.Р. Специфіка організації маркетингових досліджень у системі маркетингового менеджменту роздрібних торговельних мереж. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. Вип. 61. Черкаси: ЧДТУ, 2021. URL: <http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/236842>
6. Воскобоева О.В., Ромашенко О.С. Бізнес-діагностика в маркетингу: навчальний посібник. Київ: Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, 2025. 164с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2275_14853958.pdf
7. Гусєва О.Ю., Воскобоева О.В., Ромашенко О.С. Планування діяльності підприємства: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2020. 135с. URL: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/96/view/2154>
8. Гусєва О.Ю., Ромашенко О.С., Воскобоева О. В., Голобородько А.Ю., Хлевицька Т. Б. Економіка підприємства: навч. посібник, Київ: ДУТ, 2020. 271 с. URL: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/96/view/2169>
9. Економіка підприємництва : підручник / за ред. проф. Л. В. Фролової. Одеса : Бондаренко М. О., 2020. 708 с.
10. Збарський В. К., Талавиря М. П., А. Д. Остапчук. Маркетингові дослідження: навчально-науковий посібник. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 574 с. URL: <https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/10317>
11. Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О. Фундаментальний маркетинг: навчально-методичний комплекс: навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 362 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_97_36611293.pdf
12. Зоріна О.І., Нескуба Т. В., Мкртчян О. М. Маркетингово-економічний аналіз: конспект лекцій. 2021. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_255_40997762.pdf
13. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_213_97894818.pdf
14. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин та ін.; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_98_33013295.pdf
15. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. «Маркетинг: теорія і практика»: підруч. Луцьк: Волиньполіграф, 2022. 408 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/99>
16. Палига С. М., Гірняк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг: підруч. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с. URL: <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2277/view/19>
17. Савченко С.О., Сукач О.М. Маркетинг: навчально-практичний посібник. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 151с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_160_36762975.pdf
18. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2_16233860.pdf
19. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_22_64247157.pdf

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Під час проходження практики здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися правил техніки безпеки та охорони праці та правил внутрішнього трудового розпорядку, встановлених на підприємстві, де вони проходять практику.
- Здобувачі вищої освіти мають відповідально та своєчасно виконувати всі завдання, які їм доручає керівник практики від підприємства та, у разі виникнення труднощів, звертатися за допомогою та консультацією до керівника.
- Здобувачі вищої освіти повинні проявляти повагу до всіх працівників підприємства, незалежно від їх посади та стажу роботи, дотримуватися норм етикету та ділового спілкування.
- У випадку, якщо здобувачі вищої освіти отримали доступ до конфіденційної інформації під час проходження практики, вони зобов'язані зберігати цю інформацію в таємниці та не розголошувати її без дозволу керівництва підприємства.
- Здобувачі вищої освіти несуть відповідальність за свої дії та завдану шкоду, якщо вона сталася з їхньої вини.
- Заохочується прояв ініціативи та самостійності у виконанні завдань

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до захисту практики є виконання всіх індивідуальних завдань, які передбачені програмою, та належним чином оформленого звіту і щоденнику практики. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану. Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою і складається із врахуванням оцінок керівника практики від бази практики, керівника практики від університету, захисту звіту про практику та оформлення звіту і щоденника практики.

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /запис в екзаменаційній відомості
90-100	Здобувач демонструє набуття знань, умінь та професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в обсязі, що відповідає програмі та силабусу практики. Зміст і оформлення звіту та щоденника бездоганні. Характеристика здобувача позитивна. Під час звіту надав повні і точні відповіді на всі запитання з програми практики..	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в програмі та силабусі практики., Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при проходженні практики, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань.	Відмінно / Зараховано (A)
82-89	Здобувач демонструє набуття знань, умінь та професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в обсязі, що відповідає програмі та силабусу практики. Зміст і оформлення звіту та щоденника на достатньо високому рівні. Характеристика здобувача позитивна. Під час звіту допускає окремі неточності, хоча загалом має тверді знання.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач набуття професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в умовах, що викладені в програмі та силабусі практики.	Добре / Зараховано (B)
75-81	Здобувач демонструє набуття певних знань, умінь та професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в обсязі, що, в цілому, відповідає програмі та силабусу практики. Наявні два-три суттєві зауваження щодо змісту і оформлення звіту і щоденника, які не знижують в загальному значення роботи.. Характеристика здобувача позитивна. Під час звіту допускає окремі неточності, хоча загалом має тверді знання.	Достатній Конкретний рівень професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в межах програми та силабусу практики. Додаткові питання про можливість практичного використання набутих навичок викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
67-74	Здобувач демонструє неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання. Недбале оформлення звіту і щоденника. Більшість питань програми практики у звіті висвітлена, однак мають місце окремі розрахункові і логічні похибки. Характеристика здобувача в цілому позитивна. Під час звіту дає в цілому правильні відповіді з декількома суттєвими помилками	Середній Забезпечує неповний рівень відтворення основних професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в межах програми та силабусу практики, має труднощі застосуванням теоретичних знань на практиці	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	Здобувач демонструє неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання. Недбале оформлення звіту і щоденника. Більшість питань програми практики у звіті висвітлена, однак мають місце окремі розрахункові і логічні похибки. Характеристика здобувача в цілому позитивна. Під час звіту відчуває себе невпевнено, допускає помилки, не має твердих знань	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових програми та силабусу практики	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Здобувач демонструє безсистемність одержаних знань і неможливість продовжити навчання без додаткового проходження практики. Характеристика здобувача щодо ставлення до практики і трудової дисципліни – негативна. У звіті не висвітлені всі розділи програми практики або звіт підготовлений несамотійно. Під час звіту не дає задовільних відповідей	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при проходженні практики	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не представляється
0-34	Здобувач не виконав програму практики. Необхідна серйозна подальша робота і повторне проходження практики. Характеристика здобувача щодо ставлення до практики і трудової дисципліни – негативна.	Незадовільний Не підготовлений до самостійного вирішення задач в межах програми та силабусу практики.	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не представляється