

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ



ПРОГРАМА ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

для здобувачів другого (магістерського)
рівня вищої освіти
за освітньо-професійною програмою
«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»
спеціальності D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес,
адміністрування та право»



КАФЕДРА
МАРКЕТИНГУ

2026

Київ
ДУКТ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА
ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор навчально-наукового
інституту менеджменту та
підприємництва

_____ Світлана ПЕТРОВСЬКА

«_____» _____ 2026 року

ПРОГРАМА

ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

другого (магістерського) рівня вищої освіти

освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг»

спеціальності D5 Маркетинг

Київ — 2026

Програма переддипломної практики здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг»

Розробники: завідувач кафедри маркетингу, д-р екон. наук, професор Виноградова О.В., професор кафедри маркетингу, д-р екон. наук, професор Сьомкіна Т.В., доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук, доцент Дарчук В.Г., доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук, доцент Ромашенко О.С., доцент кафедри маркетингу, канд. техн. наук, доцент Совершенна І.О., доцент кафедри маркетингу, канд. психол. наук, доцент Ігнатенко О.В., директор по розвитку «ТОВ «Compressors International» Ігнат'єв А. В.

Програма переддипломної практики затверджена на засіданні кафедри маркетингу (Протокол № 1 від 01.09. 2026 р.).

Завідувач кафедри маркетингу

Олена ВІНОГРАДОВА

Програма переддипломної практики розроблена для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» та спрямована на поглиблення теоретичних знань і набуття практичних навичок професійної маркетингової діяльності.

Програма визначає мету, завдання, зміст, організацію та порядок проходження переддипломної практики, вимоги до виконання індивідуального завдання, а також критерії оцінювання результатів практичної підготовки.

Важливою складовою програми є безпосередній зв'язок результатів переддипломної практики з темою кваліфікаційної магістерської роботи. Здобувачі мають можливість зібрати, систематизувати та проаналізувати необхідну інформацію, провести прикладне дослідження та сформулювати практичні результати, які можуть бути використані під час виконання кваліфікаційної роботи.

Програма призначена для здобувачів вищої освіти, керівників практики від університету та баз практики.

1. Загальні положення

Переддипломна практика є обов'язковим компонентом освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг» і безпосередньо передуює виконанню кваліфікаційної магістерської роботи. Її зміст визначають силабус, тема кваліфікаційної роботи та реальні завдання бази практики. Практика організовується як послідовне дослідження маркетингової проблеми: від отримання й перевірки даних до підготовки аргументованих рекомендацій.

Ця програма визначає мету, очікувані результати, обсяг і етапи практики, порядок керівництва, звітність та оцінювання. Правила побудови тексту звіту, оформлення таблиць, рисунків, посилань і зразки документів подаються в окремих методичних рекомендаціях.

2. Мета і завдання

Мета переддипломної практики — узагальнення, закріплення та поглиблення теоретичних знань, набутих у процесі навчання, а також формування практичних навичок їх застосування в реальних умовах діяльності суб'єктів господарювання. Практика покликана забезпечити взаємозв'язок між теоретичною та професійно-практичною підготовкою майбутніх фахівців у сфері міжнародного маркетингу.

Мета практики відповідає спрямованості ОПП «Міжнародний маркетинг» та передбачає підготовку фахівців, здатних вирішувати складні практичні й дослідницькі завдання, аналізувати міжнародне маркетингове середовище та обґрунтовувати маркетингові рішення в умовах невизначеності.

Основні завдання практики

Для досягнення поставленої мети здобувач під час переддипломної практики має виконати комплекс взаємопов'язаних завдань:

1. Ознайомитися з діяльністю підприємства, установи чи організації - бази практики, особливостями її функціонування, організаційною структурою та системою управління.

2. Дослідити особливості функціонування підприємства на національному та, за наявності, міжнародних ринках.

3. Проаналізувати основні тенденції розвитку ринку, конкурентне середовище та фактори зовнішнього, зокрема міжнародного, маркетингового середовища.

4. Дослідити систему організації маркетингової діяльності підприємства, функції маркетингового підрозділу та його взаємодію з іншими функціональними підрозділами.

5. Здійснити аналіз основних напрямів маркетингової діяльності підприємства з урахуванням специфіки цільових ринків.

6. Оцінити результативність маркетингових заходів та інструментів, які використовує підприємство.

7. Зібрати, систематизувати та проаналізувати інформацію з внутрішніх і зовнішніх джерел із використанням сучасних методів маркетингової аналітики та міжнародних інформаційних ресурсів.

8. Дослідити особливості взаємодії підприємства з клієнтами, рівень клієнтоорієнтованості та підходи до формування клієнтського досвіду і лояльності.

9. Проаналізувати використання цифрових маркетингових інструментів та інформаційних технологій у роботі з національними й міжнародними ринками.

10. За можливості оцінити маркетингову стратегію підприємства та визначити напрями її вдосконалення з урахуванням перспектив діяльності на міжнародних ринках.

11. Провести маркетингові дослідження відповідно до теми кваліфікаційної (магістерської) роботи з урахуванням міжнародного контексту досліджуваної проблеми.

12. Застосувати методи стратегічного і конкурентного аналізу та, за необхідності, бенчмаркінгу для визначення конкурентних позицій підприємства на національних і міжнародних ринках.

13. Визначити основні проблеми, ризики та резерви вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

14. Розробити обґрунтовані практичні пропозиції щодо вирішення виявлених проблем та розвитку маркетингової діяльності підприємства.

15. Оцінити очікувану результативність запропонованих маркетингових заходів та ризики їх реалізації.

16. Сформувати інформаційно-аналітичну основу для виконання кваліфікаційної (магістерської) роботи.

17. Набути досвіду професійної комунікації, роботи з інформацією, презентації та обговорення результатів маркетингових досліджень.

18. Дотримуватися принципів академічної доброчесності, професійної етики та вимог щодо конфіденційності інформації, отриманої під час практики.

Такий перелік завдань безпосередньо пов'язаний із програмними результатами навчання ОПП «Міжнародний маркетинг» та спрямований на формування практичних умінь проводити маркетингові дослідження, аналізувати й інтерпретувати маркетингові дані, розробляти та обґрунтовувати маркетингові рішення і стратегії, використовувати сучасні аналітичні й цифрові інструменти та визначати напрями підвищення результативності маркетингової діяльності на національних і міжнародних ринках.

3. Очікувані результати практики

- визначати маркетингову проблему та обґрунтовувати її значення для діяльності підприємства на національних і міжнародних ринках;
- добирати джерела первинної та вторинної інформації, оцінювати її достовірність, достатність і придатність для маркетингового аналізу;
- застосовувати методи аналізу маркетингового середовища, ринку, споживачів, конкурентів і маркетингової діяльності підприємства;
- розраховувати та інтерпретувати маркетингові показники, оцінювати ринкові й конкурентні позиції підприємства;

- розробляти та обґрунтовувати практичні маркетингові рекомендації з урахуванням необхідних ресурсів, ризиків та очікуваних результатів;
- узагальнювати й презентувати результати проведеного дослідження, аргументувати висновки та дотримуватися принципів академічної доброчесності й професійної етики.

Результати практики узгоджуються з компетентностями та програмними результатами навчання ОПП «Міжнародний маркетинг». Підтвердженням їх досягнення є виконане індивідуальне завдання, звіт і щоденник практики, відгук керівника від бази практики та результати захисту звіту.

4. Організація практики та учасники

4.1. База практики

Базами практики можуть бути підприємства, установи й організації, діяльність яких дає змогу виконати завдання з міжнародного маркетингу та отримати матеріали для кваліфікаційної (магістерської) роботи. Місце практики погоджується кафедрою відповідно до встановленого в Університеті порядку. Якщо тема роботи передбачає дослідження ринку або групи підприємств, індивідуальне завдання визначає, які дані збираються на базі практики, а які - з інших достовірних джерел.

4.2. Керівництво

Керівник від університету погоджує індивідуальне завдання, консультує здобувача, контролює виконання програми практики, перевіряє звіт та бере участь у його оцінюванні. Керівник від бази практики організовує роботу здобувача, надає необхідну інформацію та консультації, контролює виконання завдань і надає відгук за результатами практики.

Здобувач дотримується правил внутрішнього розпорядку та безпеки, виконує погоджені завдання, регулярно веде щоденник, зберігає конфіденційність отриманих даних, своєчасно повідомляє керівникам про перешкоди у виконанні плану й подає звітні матеріали у встановлений строк.

5. Зміст і розподіл часу

5.1. Етапи та зміст завдань проходження практики

Загальний обсяг — 450 годин самостійної роботи (15 кредитів ЄКТС). Десять послідовних етапів відповідають силабусу. Вони можуть частково виконуватися одночасно, коли цього потребують доступ до даних та робочий графік бази практики.

Етапи та зміст завдань проходження практики

Етапи	Завдання
1. Організаційний етап:	ознайомитися з базою практики, структурою, функціями маркетингу, правилами доступу до даних; узгодити календарний план, тему роботи та джерела матеріалів.
2. Дослідження підприємства та маркетингового середовища	проаналізувати діяльність підприємства та чинники маркетингового середовища, зокрема міжнародного; визначити маркетингову проблему за темою дослідження.
3. Аналіз ринку та конкурентного середовища	дослідити цільові ринки, їх тенденції, споживачів і конкурентів; оцінити ринкові та конкурентні позиції підприємства
4. Аналіз маркетингової діяльності	дослідити товарну, цінову, збутову та комунікаційну діяльність підприємства; визначити проблеми та резерви її вдосконалення.
5. Маркетингова аналітика та ефективність	визначити релевантні маркетингові показники, проаналізувати їх динаміку та оцінити результативність маркетингової діяльності підприємства.
6. Цифровий маркетинг і клієнтський досвід	проаналізувати використання цифрових маркетингових інструментів, канали взаємодії зі споживачами та підходи до формування клієнтського досвіду.
7. Індивідуальне завдання	сформулювати дослідницьке питання за темою кваліфікаційної роботи, обґрунтувати метод, зібрати й проаналізувати первинні або вторинні дані.
8. Практичні рекомендації	запропонувати рішення на основі результатів аналізу, визначити етапи реалізації, ресурси, ризики та вимірювані показники очікуваного результату.
9. Підготовка звіту	систематизувати докази, розрахунки й додатки, оформити посилення та висновки; виокремити матеріали, придатні для кваліфікаційної роботи.
10. Захист результатів	підготувати стислу доповідь і презентацію, пояснити методи, результати, обмеження та практичну цінність пропозицій.

Результатом практики є звіт, щоденник, виконане індивідуальне завдання та доказова база для кваліфікаційної роботи. Склад і глибина аналізу окремих напрямів визначаються темою роботи та доступністю достовірних даних; відсутні дані не підмінюються вигаданими.

5.2. Логіка дослідження

Матеріали, зібрані на етапах 2–6, дають змогу конкретизувати дослідницьке питання. Індивідуальне завдання на етапі 7 поглиблює аналіз саме цієї проблеми, а рекомендації на етапі 8 впливають із його результатів. За відсутності окремих показників здобувач зазначає обмеження й використовує доступні підтверджені джерела; вигадані дані не допускаються.

5.3. Індивідуальне завдання

Завдання має містити дослідницьке питання, мету, інформаційну базу та методи дослідження, етапи виконання, форму представлення результатів і зв'язок із темою кваліфікаційної (магістерської) роботи. Приклад результату: аналітична записка щодо діяльності підприємства на міжнародному ринку з оцінкою конкурентних позицій, аналізом ринкових даних і практичними рекомендаціями. Приклад є орієнтиром; конкретне завдання визначають тема роботи, специфіка міжнародної діяльності підприємства та можливості бази практики.

6. Виконання практики в дистанційному або змішаному форматі

За дистанційного або змішаного формату здобувач виконує ту саму програму та досягає тих самих результатів. Керівники погоджують канали зв'язку, строки консультацій, спосіб отримання дозволених даних і форму підтвердження виконаних завдань. Електронні матеріали зберігаються й передаються з дотриманням вимог бази практики щодо конфіденційності та захисту персональних даних.

7. Звітність і підсумковий контроль

Після завершення практики здобувач подає звіт, щоденник, виконане індивідуальне завдання та інші матеріали, передбачені чинним порядком університету. Звіт має відображати виконану роботу, результати аналізу, обґрунтовані рекомендації та матеріали, які можуть бути використані у кваліфікаційній роботі. Вимоги до структури й оформлення звіту визначають методичні рекомендації кафедри.

Допуск до захисту передбачає виконання програми й індивідуального завдання та своєчасне подання належно оформлених документів. Підсумковий контроль проводиться як диференційований залік у формі захисту результатів практики. Комісія оцінює зміст звіту, якість дослідження, практичну цінність пропозицій і здатність здобувача пояснити власні рішення.

8. Академічна доброчесність і використання ШІ

Здобувач самостійно виконує дослідження, коректно зазначає джерела даних і запозичених положень, не допускає фабрикації, фальсифікації та академічного плагіату. Інструменти ШІ можуть застосовуватися як допоміжні засоби за правилами університету; факти, посилання, розрахунки та висновки перевіряє і підтверджує здобувач. Конфіденційні дані бази практики не передаються зовнішнім сервісам без відповідного дозволу. Детальні правила застосування ШІ й порядок перевірки кваліфікаційної роботи наведені в методичних рекомендаціях та чинних документах ДУІКТ.

9. Оцінювання результатів

Оцінювання здійснюється відповідно до силабуса за 100-бальною шкалою: оформлення звіту й щоденника та виконання етапів — до 20 балів; теоретико-методичне обґрунтування й емпіричне дослідження — до 25; практична цінність рекомендацій та індивідуального завдання — до 20; відгук бази практики й академічна доброчесність — до 10; доповідь, презентація та відповіді під час захисту — до 25. Підсумковий контроль — диференційований залік; мінімум для позитивного результату — 60 балів.

Розподіл балів за критеріями оцінювання

Критерії оцінювання	Бали
Якість оформлення звітної документації, щоденника та регулярність виконання етапів (максимально — 20 балів):	
бездоганне оформлення звітних матеріалів і щоденника; чітка структура, своєчасне проходження всіх етапів практики; висока сумлінність та організація роботи.	18–20
своєчасно виконані етапи та оформлений звіт, проте наявні окремі незначні похибки в заповненні щоденника чи оформленні додатків.	15–17
наявні помітні порушення вимог до оформлення звітних документів, неповнота окремих етапів або запізнення із наданням матеріалів.	12–14
грубі порушення правил оформлення, відсутність важливих розділів звітності або систематичне невиконання етапів практики.	0–11
Повнота, науковий рівень обґрунтування теоретико-методичних розробок та емпіричного дослідження на базі практики (максимально — 25 балів):	
глибокий аналіз діяльності підприємства (базі практики); коректно обрана методологія; якісно проведене емпіричне дослідження з використанням сучасних методів аналізу ринкової інформації та інструментів бізнес-діагностики.	23–25
достатній науковий рівень виконання, правильне застосування загальнонаукових і спеціальних методів маркетингового аналізу ризиків та середовища підприємства.	19–22
наявні окремі методичні недоліки, поверхневий аналіз внутрішнього чи зовнішнього середовища бази практики або недостатня глибина емпіричної частини.	15–18
низький аналітичний рівень, відсутність самостійного дослідження діяльності підприємства, грубі помилки у виборі та застосуванні методів.	0–14
Практична цінність, обґрунтованість запропонованих рішень та індивідуального завдання (максимально — 20 балів):	
розроблені рекомендації та індивідуальне завдання мають високу практичну цінність для підприємства-базі практики, є інноваційними та достатньо обґрунтованими	18–20
практичні пропозиції обґрунтовані та спрямовані на розв'язання реальних маркетингових завдань компанії, проте потребують деталізації механізму впровадження.	15–17
рекомендації мають загальний характер, слабо прив'язані до результатів попереднього аналізу діяльності підприємства.	12–14
практична цінність відсутня, пропозиції нереалістичні або декларативні.	0–11
Відгук керівника від бази практики та дотримання академічної доброчесності (максимально — 10 балів):	
позитивний відгук керівника підприємства про роботу здобувача; високий рівень професійної етики, ініціативності, дотримання норм академічної доброчесності та висока унікальність тексту звіту.	9–10
загалом позитивна характеристика з бази практики, незначні зауваження щодо організаційних моментів або оформлення цитувань.	7–8
нейтральний відгук керівника підприємства, наявність технічних зауважень щодо самостійності виконання завдань.	5–6
негативний відгук бази практики або виявлення академічного плагіату (недопущення до захисту).	0–4
Змістовність доповіді, візуального супроводу (презентації) та відповідей на запитання комісії під час захисту (максимально — 25 балів):	
вільне володіння матеріалом практики, чітка й лаконічна доповідь, високоякісна презентація, вичерпні та аргументовані відповіді на всі запитання.	23–25
добре володіння матеріалом, структурована доповідь, якісна презентація, правильні відповіді на більшість запитань.	19–22
читання доповіді з матеріалів, слабе орієнтування у власних розрахунках чи додаткових даних, невпевнені відповіді на окремі запитання.	15–18
нерозуміння суті виконаної практики, неможливість відповісти на базові запитання, відсутність презентації або порушення регламенту захисту.	0–14

Підсумкова шкала оцінювання результатів практики

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 си́лабусу 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 си́лабусі 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(А)
82-89	Здобувач демонструє набуття знань, умінь та професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в обсязі, що відповідає програмі та си́лабусу 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 си́лабусі практики.	Добре/ Зараховано(В)
75-81	Здобувач демонструє набуття певних знань, умінь та професійних навичок, які є елементом професійних компетентностей в обсязі, що, в цілому, відповідає програмі та си́лабусу 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 си́лабусу практики. Додаткові питання про можливість практичного використання набутих навичок викликають утруднення.	Добре/ Зараховано(С)
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 си́лабусу практики, має труднощі застосуванням теоретичних знань на практиці	Задовільно/ Зараховано(Д)
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 си́лабусу практики	Задовільно/ Зараховано(Е)
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 (F) В залікову книжку не проставляється
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 си́лабусу практики.	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не проставляється

10. Нормативне і методичне забезпечення

- Силабус «Переддипломна практика» освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг».
- Методичні рекомендації до виконання й захисту звіту з переддипломної практики для магістрів ОПП «Міжнародний маркетинг».
- Положення про організацію освітнього процесу у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій.
https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_49109699.pdf
- Положення про проведення практик здобувачів вищої освіти ДУІКТ. https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_23214805.pdf
- Положення про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в ДУІКТ. https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_61575036.pdf
- Актуальні редакції університетських документів застосовуються на дату організації та оцінювання практики.