



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Навчально-науковий інститут бізнесу та інформаційних технологій
Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС освітнього компонента - ОК 44

ПРОФЕСІЙНА ПРАКТИКА (ПЕРЕДДИПЛОМНА)

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	обов'язкова	
Галузь знань	07	Управління та адміністрування
Спеціальність	075	Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг	
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS (90 академічних годин)	
Види аудиторних занять	самостійна робота	
Індивідуальні та (або) групові завдання	звіт з практики	
Форми семестрового контролю	залік	

Викладач:

Ширяєва Наталія Юріївна

доцент кафедри менеджменту і маркетингу, кандидат технічних наук

e-mail n.shyriaieva@ogasa.org.ua



Метою освітнього компонента «Професійна практика» (переддипломна) є формування у майбутніх спеціалістів основних професійних компетентностей:

- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів;
- здатність до використання методів економічного аналізу та економіко-математичного моделювання для дослідження стану та прогнозування розвитку суб'єктів господарювання.

Програмні результати навчання:

РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності

РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу

PH7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію

PH9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень

PH13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи

PH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення

PH18. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності

PH20. Аналізувати вплив факторів макро- та мікрооточення на діяльність підприємств та організацій галузі будівництва

Тематичний план

№	Теми індивідуальних завдань	Кількість годин
1	2	3
1	Організація і керування маркетингової діяльності на підприємстві	15
2	Маркетингова інформаційна система	15
3	Клієнтські бази, договірні і фінансова документація	15
4	Методи організації роботи з клієнтами	15
5	Заходи щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності	15
6	Управління безпекою праці на підприємствах	15
	Всього	90

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання за освітнім компонентом «Професійна практика» (переддипломна) складає 60 і 100 балів і може бути досягнутий наступними засобами оцінювання:

Засоби оцінювання	Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
Вид контролю		
Контроль проходження практики:		
<i>Поточний:</i>	20	40
- раз на тиждень контроль виконання студентом програми практики	5	10
- раз на тиждень контроль виконання студентом правил внутрішнього розпорядку дня на базі практики	5	10
- раз на тиждень контроль підготовки звіту з практики до захисту та ведення щоденнику практики	10	20
<i>Підсумковий:</i>	40	60
- оформлення та захист звіту з практики	30	50
- залік	10	10
Всього	60	100

Індивідуальні завдання та вимоги до виконання:

Індивідуальне завдання з професійної практики видається кожному з студентів, що відїжджають на практику, керівником практики від кафедри. Індивідуальні завдання можуть

бути пов'язані не тільки з написанням кваліфікаційної роботи, а й з науково-дослідною роботою випускної кафедри з держбюджетної або господарської тематики, підготовкою доповідей на студентську наукову конференцію та написанням наукових статей. Унікальність звіту з практики потребує забезпечення принципів академічної доброчесності.

Методи та терміни оцінювання:

Шкала оцінювання практики «Професійна» - національна та ECTS

Сума балів за усі види діяльності студента під час практики	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для диференційованого заліку	Рівень професійної компетентності
90 – 100	A	відмінно	Оптимальний
82 – 89	B	добре	Достатній
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	Задовільний
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	Початковий
1 – 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

Розподіл балів, що присвоюються студенту під час практики

Вид діяльності студента під час практики		Загальна кількість балів
Діяльність студента під час практики	Своєчасне проходження інструктажу з охорони праці і техніки безпеки і отримання індивідуального завдання на практику.	до 5 балів
	Своєчасне прибуття на базу практики та проходження вступного інструктажу з техніки безпеки роботи на підприємстві	до 10 балів
	Виконання виробничих завдань та індивідуального завдання під час проходження практики	до 15 балів
	Якість змісту звіту з професійної практики і правильність його оформлення	до 15 балів
	Повнота і правильність оформлення щоденника з професійної практики	до 10 балів
	Своєчасність представлення звітних документів	до 5 балів
Захист звіту	Якість доповіді студента	до 15 балів
	Якість відповідей студента на запитання у процесі дискусії	до 20 балів
	Відгук керівника практики від підприємства	до 5 балів

Підсумковий контроль знань - залік.

Після закінчення терміну практики студенти звітують про виконання програми та індивідуального завдання. За результатами професійної практики студенти зобов'язані надати:

- щоденник проходження практики «Професійна» (переддипломна) з відгуком керівника практики від бази практики, завіреним печаткою бази практики;
- звіт з практики «Професійна» (переддипломна).

Інформаційне забезпечення

Основна література

1. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

Додаткові джерела інформації

3. [Маркетинг – вікіпедія.](#)
4. [Методичні вказівки](#) організації та проведення професійної практики для студентів освітнього рівня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» ОДАБА [уклад.: Молчанова Ю.В., Пепчук С.Л.] : Одеса: Вид-во ОДАБА, 2016. 27 с. [Електронний ресурс].