



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України

**Національний університет водного господарства та
природокористування**

Кафедра маркетингу

06-13-36

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до організації та проведення навчальної практики

«Університетська освіта»

для студентів I курсу напрямку підготовки

6.030507 «Маркетинг» денної форми навчання



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Рекомендовано до друку
методичною комісією напрямку
підготовки
6.030507 «Маркетинг»
Протокол № 2 від 15.05.2013 р.

Рівне – 2014

Методичні вказівки до організації та проведення навчальної практики «Університетська освіта» для студентів I курсу напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» денної форми навчання / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, З.О.Толчанова – Рівне: НУВГП, 2014. – 20 с.

Упорядники: М.В.Мальчик, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор;
Н.А.Гонтаренко, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент;
З.О.Толчанова, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук.

Відповідальний за випуск: М.В.Мальчик, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор

ЗМІСТ

	стор.
1. Загальні положення.....	3
2. Зміст навчальної практики.....	4
3. Програма навчальної практики.....	6
4. Завдання для самостійної роботи та методи навчання.....	8
5. Критерії оцінювання і розподіл балів, що можуть бути присвоєні студентам.....	8
6. Організація і порядок проведення практики.....	12
7. Правила поведінки і безпека життєдіяльності під час проведення практики.....	13
8. Вимоги до звіту з навчальної практики та порядок його захисту.....	15
9. Рекомендована література.....	18

© Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А.,
Толчанова З.О., 2014
© НУВГП, 2014



1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Навчальна практика є заключним етапом вивчення дисципліни «Університетська освіта».

Метою навчальної практики «Університетська освіта» для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» є: становлення першооснов професійної культури і компетентності майбутніх маркетологів. Програма практики орієнтована на підготовку спеціалістів з маркетингу для підприємств з різними формами власності, економічними видами діяльності та організаційно-юридичною формою бізнесу.

Головними завданнями навчальної практики є:

- прищепити студентам любов до професії маркетолога та економіста-рекламіста;
- визначити місце фахівця з маркетингу у розвитку підприємницької діяльності;
- ознайомити студентів з професійними вимогами до фахівців, необхідними практичними вміннями та навичками;
- ознайомити студентів з переліком посад, які можуть обіймати спеціалісти з маркетингу, та сферами їх майбутньої професійної діяльності;
- дати огляд наскрізної програми практики студентів напряму підготовки «Маркетинг» та обґрунтувати значення практичної підготовки у формуванні економіста-маркетолога;
- ознайомити студентів з особливостями організації навчальної, науково-дослідної, самостійної і виховної роботи у Національному університеті водного господарства та природокористування;
- залучити студентів до пропаганди напряму підготовки «Маркетинг»;
- ознайомити студентів з досвідом практичної роботи підприємств різних напрямів економічної діяльності.

Навчальна практика «Університетська освіта» охарактеризована в таблиці 1.1.



Таблиця 1.1

Характеристики навчальної практики «Університетська освіта»
для студентів напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг»
денної форми навчання

Вид і назва практики	Семестр	Тривалість практики (тижнів)	Відповідна кафедра	Загальна кількість годин	Кредитів ECTS	Форма контролю	Кваліфікаційний рівень підготовки
Навчальна практика «Університетська освіта»	2	1	Кафедра маркетингу	36	1	Залік	Бакалавр

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Зміст, форми проведення і календарний план навчальної практики «Університетська освіта» охарактеризуємо в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Характеристика змісту, форм проведення і календарного плану проходження навчальної практики «Університетська освіта» для студентів напрямку підготовки «Маркетинг» денної форми навчання

№ етапу	Назва теми	Кількість годин	Тижні практики	Вид заняття
1	2	3	4	5
1.	Наскрізна програма практики для студентів напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» денної форми навчання та її роль у формуванні фахівця-маркетолога	2	1	Лекція

№ етапу	Назва теми	Кількість годин	Тижні практики	Вид заняття
1	2	3	4	5
2.	Аналіз нормативно-правової бази навчально-виховного процесу в НУВГП (за даними офіційного web-сайту НУВГП)	2	1	Самостійна робота студента
3.	Структурні підрозділи Національного університету водного господарства і природокористування та їх роль у функціонуванні університету (за даними офіційного web-сайту НУВГП)	2	1	Самостійна робота студента
4.	Електронні ресурси наукової бібліотеки НУВГП та можливості їх використання при вивченні фахових дисциплін	2	2	Самостійна робота студента
5.	Функціональні обов'язки фахівців-маркетологів	2	2	Самостійна робота студента
6.	Роль маркетингової служби у зміцненні конкурентних позицій підприємства	2	2	Самостійна робота студента
7.	Організація науково-дослідної роботи студентів та її місце в професійній підготовці фахівця з маркетингу	2	3	Самостійна робота студента
8.	Розробка профорієнтаційної презентації напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП в PowerPoint	4	3	Самостійна робота студента
9.	Розробка рекламної акції кафедри маркетингу і напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП в соціальних мережах	4	4	Самостійна робота студента
10.	Ознайомлення з досвідом роботи підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання, різних видів економічної діяльності в процесі виїзних занять (виробничих екскурсій), що організовані кафедрою маркетингу	12	1-5	Виїзні практичні заняття (виробничі екскурсії)

№ етапу	Назва теми	Кількість годин	Тижні практики	Вид заняття
1	2	3	4	5
11.	Підсумкова конференція і захист звітів з практики	2	6	Практичне заняття
	Разом	36		

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ЗАЛКОВИЙ МОДУЛЬ 1

Тема 1. Наскрізна програма практики для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» денної форми навчання та її роль у формуванні фахівця-маркетолога

Мета і завдання практик. Види практик для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг». Програми практик за видами. Форми і методи контролю проходження практики. Захист звіту з практики. Критерії оцінювання результатів практики за кредитно-модульною системою

Тема 2. Аналіз нормативно-правової бази навчально-виховного процесу в НУВГП (за даними офіційного web-сайту НУВГП)

Нормативно-правові документи Міністерства освіти і науки України. Накази. Розпорядження. Положення, що регламентують навчально-виховний процес. Графіки навчального процесу. Проекти і зразки документів у НУВГП.

Тема 3. Структурні підрозділи Національного університету водного господарства і природокористування та їх роль у функціонуванні університету (за даними офіційного web-сайту НУВГП)

Історія НУВГП. Ректор НУВГП. Ректорат. Вчена Рада університету. Ради університету. Навчально-наукові інститути та характеристика їх напрямів підготовки. Структурні підрозділи інституту (невідокремлені і відокремлені). Організація наукової діяльності університету. Студмістечко. Студентське самоврядування. Web-сторінка кафедри маркетингу НУВГП. Огляд ноин кафедри маркетингу НУВГП.



Тема 4. Електронні ресурси наукової бібліотеки НУВГП та можливості їх використання при вивченні фахових дисциплін

Наукова бібліотека НУВГП та її організаційна структура. Електронний каталог. Підбірка літератури за темами 5 – 7 програми навчальної практики «Університетська освіта» (окремо по кожній темі). Електронні бібліотеки на сайті НУВГП та порядок їх використання. Періодичні видання економічної спрямованості в бібліотеці НУВГП (за даними сайту НУВГП).

Тема 5. Функціональні обов'язки фахівців-маркетологів

Керівник служби маркетингу: має знати, посадові обов'язки, особистісні характеристики. Директор з маркетингу. Посадова інструкція маркетолога.

Тема 6. Роль маркетингової служби у зміцненні конкурентних позицій підприємства

Маркетингова служба підприємства, її структура та діяльність. Вплив маркетингової служби на конкурентні позиції підприємства.

Тема 7. Організація науково-дослідної роботи студентів та її місце в професійній підготовці фахівця з маркетингу

Види студентської науково-дослідної роботи (НДР). НДР студента, пов'язана з виконанням навчальних завдань, НДР в рамках студентських наукових гуртків, НДР в процесі виконання бакалаврських, дипломних і магістерських робіт. Етапи виконання курсових, бакалаврських, дипломних і магістерських робіт.

Тема 8. Розробка профорієнтаційної презентації напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП в PowerPoint

Тема 9. Розробка рекламної акції кафедри маркетингу і напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП в соціальних мережах

Тема 10. Ознайомлення з досвідом роботи підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання, різних видів економічної діяльності в процесі виїзних занять (виробничих екскурсій), що організовані кафедрою маркетингу

Повна назва юридичної особи, її поштова адреса. Форма власності. Вид економічної діяльності. Організаційно-юридична форма бізнесу (акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю тощо). Історія створення юридичної особи, зміст і цілі її діяльності. Основні види продукції, робіт, послуг, операцій.

Головні споживачі товарів юридичної особи, які споживацькі потреби задовольняють товари, послуги. Орієнтовна вартість



активів (майна). Чисельність персоналу. Рівень оплати праці. Застосування системи участі персоналу у прибутках підприємства. Фінансові результати за останні три квартали (прибутки або збитки). Чи потребує фінансового оздоровлення (так, ні). Чи є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності.

Основні конкуренти. Конкурентні позиції юридичної особи-об'єкта дослідження.

Характеристика офісу (власне або орендоване приміщення, імідж, комфортність тощо). Головні структурні підрозділи та коло посадових обов'язків їх працівників.

Комплекс маркетингу на підприємстві (реклама, зв'язки з громадськістю, цінова і збутова політика, наявність служби маркетингу і посадових регламентів її працівників тощо).

Характеристика технології виробництва основних видів продукції, робіт, послуг.

Тема 11. Підсумкова конференція і захист звітів з практики

4. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

В процесі самостійної роботи студенти пишуть реферати на теми, які представлені в таблиці 1.1, а також міні-звіти про результати виробничих екскурсій на підприємства; працюють зі спеціальною літературою, з web-сайтами підприємств, розробляють і реалізують промо-акції для напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП.

В результаті проходження практики студенти мають оформити звіт з навчальної практики.

В процесі навчальної практики використовуються такі традиційні та активні *методи навчання*:

- проведення лекційних і практичних, екскурсійно-ознайомчих занять;
- формування у студентів системного економічного мислення на основі використання роздаткового матеріалу і фолійних програм;
- дискусійне обговорення проблемних питань;
- імітація і розв'язання проблемних господарських ситуацій;
- робота у малих групах;



- використання інструментів Інтернету (соціальних мереж, електронних бібліотек, web-сайтів підприємств, маркетинг-хелпінгів тощо).

5. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ І РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЩО МОЖУТЬ БУТИ ПРИСВОЄНІ СТУДЕНТАМ

Для визначення та оцінювання знань студентів передбачається проведення поточного контролю знань студентів та їх роботи під час перебування на практиці за кредитно-модульною системою. Поточне оцінювання навчальних результатів студентів здійснюється протягом практики шляхом оцінювання кожного з 11 етапів, які в сукупності складають один заліковий модуль. Кожен з перших десяти етапів оцінюється в 6 балів, а останній (одинадцятий) - в 40 балів, таблиця 5.1.

Таблиця 5.1

Розподіл балів, які може одержати студент-практикант, і форми звітності за результатами проходження навчальної практики «Університетська освіта»

№ етапу	Назва теми	Кількість годин	Форма звітності	Балів
1	2	3	4	5
1.	Наскрізна програма практики для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» денної форми навчання та її роль у формуванні фахівця-маркетолога	2	Розділ у звіті за результатами практики	6
2.	Аналіз нормативно-правової бази навчально-виховного процесу в НУВГП (за даними офіційного web-сайту НУВГП)	2	Розділ у звіті за результатами практики	6

№ етапу	Назва теми	Кількість годин	Форма звітності	Балів
1	2	3	4	5
3.	Структурні підрозділи Національного університету водного господарства і природокористування та їх роль у функціонуванні університету (за даними офіційного web-сайту НУВГП)	2	Розділ у звіті за результатами практики	6
4.	Електронні ресурси наукової бібліотеки НУВГП та можливості їх використання при вивченні фахових дисциплін	2	Розділ у звіті за результатами практики	6
5.	Функціональні обов'язки фахівців-маркетологів	2	Розділ у звіті за результатами практики	6
6.	Роль маркетингової служби у зміцненні конкурентних позицій підприємства	2	Розділ у звіті за результатами практики	6
7.	Організація науково-дослідної роботи студентів та її місце в професійній підготовці фахівця з маркетингу	2	Розділ у звіті за результатами практики	6
8.	Розробка профорієнтаційної презентації напряму підготовки «Маркетинг» в PowerPoint	4	Розділ у звіті за результатами практики	6
9.	Розробка рекламної акції кафедри маркетингу і напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП в соціальних мережах	4	Розділ у звіті за результатами практики	6

№ етапу	Назва теми	Кількість годин	Форма звітності	Балів
1	2	3	4	5
10.	Ознайомлення з досвідом роботи підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання, різних видів економічної діяльності в процесі виїзних занять (виробничих екскурсій), що	12	Розділ у звіті за результатами практики	6
11.	Підсумкова конференція і захист звітів з практики	2	Виступ на підсумковій конференції	40
	Разом	36		100

Примітка. До звіту з практики обов'язково додається CD-диск з трьома файлами:

- перший – повний текст звіту;
- другий – профорієнтаційна презентація напрямку підготовки «Маркетинг» в НУВГП;
- третій – посилання на промо-акцію напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП в соціальних мережах.

☞ За кожен пропуск занять без поважної причини – штраф 10 балів, за запізнення – 3 бали.

Критерії оцінювання звіту з практики представлено в табл. 5.2.

Таблиця 5.2

Критерії оцінювання звіту з практики

Сума балів	Оцінка за національною шкалою	Критерії оцінювання
90-100	відмінно (5)	Зміст та оформлення звіту і щоденника відповідають стандартам; характеристика

Сума балів	Оцінка за національною шкалою	Критерії оцінювання
		позитивна; студент повно і точно відповів на всі запитання з програми практики і виконаної індивідуальної роботи.
74-89	добре (4)	Наявні деякі зауваження щодо змісту й оформлення звіту й щоденника; характеристика в цілому позитивна; у відповідях на запитання з програми практики студент припускається окремих неточностей, які сам виправляє з допомогою додаткових запитань викладача.
60-73	задовільно (3)	Звіт і щоденник оформлені недбало; переважну більшість питань програми практики у звіті висвітлено, однак є розрахункові та логічні помилки, неточності за структурою і змістом; характеристика в цілому позитивна; відповідаючи на запитання з практики, студент почувався невпевненим, збивався, припускався помилок, не мав твердих знань.
1-59	незадовільно (2)	У звіті висвітлені не всі питання, характеристика негативна; на запитання студент не дав задовільних відповідей.

6. ОРГАНІЗАЦІЯ І ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ

Практика триває 6 днів, протягом яких виконуються визначені програмою завдання. Строки їх виконання визначає викладач-керівник практики.

Умовно практика поділяється на такі етапи: підготовчий, польовий і камерально-заліковий.

Підготовчий етап (1 день) проводиться у вигляді вступної лекції і полягає у ознайомленні студентів з наскрізною програмою практики для студентів денної форми навчання напряму підготовки «Маркетинг»; з метою, завданнями і основними питаннями організації, проведення і оцінювання практики; з методикою збору та первинної обробки інформації про роботу підприємства під час проведення екскурсійно-ознайомчих занять. Студенти можуть зробити заготовки робочих таблиць для зручності запису інформації під час екскурсій на підприємства.



Студентам проводиться інструктаж з безпеки життєдіяльності і правилами поведінки під час проведення практики. У кафедральному журналі студенти власними підписами засвідчують, що прослухали інструктаж і зобов'язуються дотримуватися норм безпеки життєдіяльності і всіх встановлених правил в процесі проходження навчальної практики.

Польовий етап (2-5 день) полягає у зборі інформації про роботу реальних підприємств регіону під час їх відвідування, а також у самостійній роботі над розділами звіту з практики. Студенти у вказаний час у супроводі керівника практики відвідують підприємства, з якими попередньо укладені угоди про проведення навчальних екскурсій. Екскурсію проводять провідні працівники підприємства. Студенти під час ознайомлення з підприємством отримують інформацію, отриману від екскурсовода, зазначену на вивісках, стендах та зовнішній рекламі підприємства, у підрозділах підприємства. Студенти мають бути готові задавати питання екскурсоводу для отримання детальнішої інформації про підприємство. Робочі записи можна вести у щоденнику практики та у підготовлених таблицях. Як правило, екскурсія триває менше щоденного фонду робочого часу практики; решту часу студенти витрачають на самостійну роботу зі збору додаткової інформації про відвідані підприємства у мережі Інтернет, в бібліотеці НУВГП, в електронних бібліотеках тощо.

☞ Щодня студенти надають керівнику практики від кафедри маркетингу проміжний звіт про виконання всіх пройдених етапів практики в письмовій формі.

Камерально-звітний етап (6 день) – це заключний етап практики. На підсумковій конференції студенти доповідають основні положення звітів з практики, презентують власну промо-акцію напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП.

7. ПРАВИЛА ПОВЕДІНКИ І БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ

Проходячи практику, студенти зобов'язані:

- а) дотримуватися встановленого графіку роботи;
- б) протягом робочого часу перебувати на своїх робочих місцях;
- в) не відлучатись з практики без дозволу керівника;



г) виконувати правила техніки безпеки, санітарії і гігієни;

д) про всі проблеми, які виникають під час проведення практики, негайно доповідати керівнику практики;

е) дбайливо ставитися до майна університету і закладів, які відвідують студенти під час практики;

ж) брати активну участь в усіх заходах, які проводить кафедра.

До проходження практики допускаються студенти, які пройшли інструктаж і засвоїли «Правила охорони праці і техніки безпеки, правила безпеки життєдіяльності»:

1. При пересуванні у межах міста слід дотримуватися правил дорожнього руху та правил поведінки у громадському транспорті. Необхідно переходити проїжджу частину вулиці під прямим кутом. Переходити вулиці (дороги) слід після переконання в повній безпеці переходу. Спочатку потрібно подивитись наліво, а дійшовши до середини вулиці, подивитись направо. Категорично забороняється:

- перехід вулиці в не передбачених для цього місцях або перехід на червоне світло світлофора;
- перебігати дорогу перед транспортом, що рухається;
- порушувати правила поведінки пасажирів в громадському транспорті.
- Під час відвідування підприємств, бібліотек, музеїв та інших закладів слід дотримувати правил поведінки, передбачених статутом даних закладів.
- Забороняється:
 - доторкатися до обладнання підприємства,
 - брати в руки продукцію, деталі, комплектуючі, відходи продукції підприємства, музейні експонати тощо без дозволу екскурсовода;
 - пошкоджувати майно закладів, на базі яких проходить практика. За пошкодження майна кожний студент несе індивідуальну відповідальність;
 - фотографувати (якщо це передбачено статутом закладу);
 - без дозволу викладачів, що супроводжують групу, віддалятися від групи;
 - без дозволу екскурсовода заходити у приміщення підприємства, порушувати наперед визначений порядок руху учасників екскурсії.



2. Під час відвідування підприємств забороняється з'являтися в одязі, який має елементи, що можуть потрапити у робочі механізми, стати причиною падіння та інших нещасних випадків (дуже довгі спідниці, одяг з лямками, стрічками, шнурівками і подібне). Для запобігання отримання різних травм і забруднення тіло має бути захищене одягом у достатній мірі. Бажано уникати одягу світлих кольорів, оскільки він може легко забруднитися. Взуття повинно бути зручним, без високих підборів. Забороняється приходити на підприємства з великими сумками, пакетами, рюкзаками. Дуже довге волосся бажано зібрати у пучок або заховати під головний убір.

3. Не дозволяється наступати на електричні проводи і вимикати електричні прилади, тримаючись за електричний провід.

4. При появі перших ознак пожежі необхідно терміново евакуюватися з небезпечної будівлі.

5. Під час роботи у комп'ютерній лабораторії кафедри маркетингу необхідно дотримуватися правил техніки безпеки роботи на персональному комп'ютері та виконувати усі розпорядження персоналу лабораторії.

6. Категорично забороняється палити цигарки на території і у приміщеннях університету та інших закладів, де відбувається практика.

7. Необхідно слідкувати за своїм раціоном під час довготривалих екскурсій. У випадку погіршення стану здоров'я невідкладно звертатися до керівника практики.

8. Категорично забороняється розпивати спиртні напої під час проходження практики і у другій половині дня.

9. Категорично забороняється вживати наркотичні та психотропні засоби під час проведення практики та у другій половині дня.

10. При порушенні правил безпеки життєдіяльності під час практики студент не допускається до подальшого проходження практики.

8. ВИМОГИ ДО ЗВІТУ З НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ТА ПОРЯДОК ЙОГО ЗАХИСТУ

У звіті про результати проходження практики студенти наводять



характеристику підприємств, на яких проводилися практичні екскурсійно-ознайомчі заняття, у відповідності до програми дослідження підприємства, а також звітуються про результати всіх етапів проходження практики.

Звіт повинен містити такі структурні частини: титульний лист, зміст, вступ, десять розділів, висновки, перелік використаної літератури, додатки. Зразок титульного листа наведено у додатку А методичних вказівок. Звіт з практики пишуть від руки або друкують за допомогою комп'ютера на одній сторінці аркуша білого паперу формату А4 (210x297 мм) через 1,5 міжрядкових інтервали, шрифтом 14пт (шрифт Times New Roman).

Текст роботи необхідно оформляти, залишаючи поля: зліва - 25 мм, справа - 15 мм, зверху - 20 мм, знизу - 20 мм.

Друкарські помилки, описки й графічні неточності, які виявилися в процесі написання звіту, можна виправляти підчищенням або зафарбуванням коректором і нанесенням на тому самому місці або між рядками виправленого тексту (фрагменту рисунка) машинописним способом.

Ілюстрації (фотографії, креслення, схеми, графіки, карти) і таблиці необхідно подавати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах звіту, за виключенням ілюстрацій, поданих у додатках. Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) в межах розділу. В правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера.

Разом із звітом про практику до захисту студент подає щоденник практики, який можна вести в учнівському зошиті у довільній формі. У щоденнику відображаються робочі записи студента під час практики, зміст роботи, тривалість роботи, особисті враження тощо.

Зміст звіту з практики має наступний вигляд:

ЗМІСТ

стор.

Вступ.....

1. Наскрізна програма практики для студентів напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» освітньо-кваліфікаційного



- рівня «бакалавр» денної форми навчання та її роль у формуванні фахівця-маркетолога.....
2. Аналіз нормативно-правової бази навчально-виховного процесу в НУВГП (за даними офіційного web-сайту НУВГП).
 3. Структурні підрозділи Національного університету водного господарства і природокористування та їх роль у функціонуванні університету (за даними офіційного web-сайту НУВГП).....
 4. Електронні ресурси наукової бібліотеки НУВГП та можливості їх використання при вивченні фахових дисциплін. Завдання для самостійної роботи та методи навчання.....
 5. Функціональні обов'язки фахівців-маркетологів. Критерії оцінювання і розподіл балів, що будуть присвоєні студентам.
 6. Роль маркетингової служби у зміцненні конкурентних позицій підприємства і порядок проведення практики.....
 7. Організація науково-дослідної роботи студентів та її місце в професійній підготовці фахівця з маркетингу. Правила поведінки і безпека життєдіяльності під час проведення практики.....
 8. Розробка профорієнтаційної презентації напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП в PowerPoint.....
 9. Розробка рекламної акції кафедри маркетингу і напряму підготовки «Маркетинг» НУВГП в соціальних мережах.....
 10. Ознайомлення з досвідом роботи підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання, різних видів економічної діяльності в процесі виїзних занять (виробничих екскурсій), що організовані кафедрою маркетингу.....
- Використані література та ресурси.....
Висновки.....
Додатки.....

У вступі характеризується мета, завдання практики, її основні характеристики, календарний план практики з відміткою про виконання (до таблиці додається останній стовбець «відмітка про виконання» і в кожній виконаній позиції вказується «виконано», ставиться особистий підпис студента-практиканта).



копіюються головні положення десяти розділів основної частини звіту. Висновки є практично доповіддю під час захисту звіту про результати практики.

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг / Г. Армстронг, Ф. Котлер. - Изд. Дом «Вильямс», М., С -ПТБ., К., 2007
2. Вища освіта в Україні: Навч. посіб. / В.Г. Кремень, С.М. Ніколаєнко, М.Ф. Степко та ін.; За ред.. В.Г. Кременя, С.М. Ніколаєнка. - К.: Знання, 2005.
3. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства : Навч. посіб.-Київ: ЦНЛ, 2006. - 488с.
4. Гецов Г. Работа с книгой: рациональные приемы. -М.: Книга, 1984.-120 с.
5. Гончаров С.М. Практикум з маркетингу: Навч. посіб. / С. М. Гончаров, Н. Б. Кушнір. - Київ : ЦУЛ, 2012. - 206 с.
6. Гончаров С. М., Мошинський В. С. Вища освіта України і Болонський процес. - Рівне: НУВГП, 2005.
7. Горфинкель В.Я. и др. Экономика предприятия: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2000. - 742 с.
8. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика. Навчальний посібник. / Т. Г. Діброва. - К.: Видавничий дім «Професіонал» 2009. - 320 с.
9. Костриченко В.М. Університетська освіта: Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення. Рівне, НУВГП, 2008. - 89 с.
10. Макаренко Т.І. Моделювання та прогнозування у маркетингу: Навч. посіб. / Т. І. Макаренко. - Київ: ЦНЛ, 2005. - 160 с.
11. Методика организации самостоятельной работы студентов. — Казань: КГУ, 1987.
12. Статистичний довідник Рівненської області.
13. Турченко М.О. Маркетинг: Підручник / М. О. Турченко,



Періодичні видання

14. Журнал „Маркетинг в Україні”.
15. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
16. Журнал „Маркетинг і реклама”
17. Журнал „Мир упаковки”
18. Журнал „Мир продуктов”
19. Журнал „Новий маркетинг”, www.marketing.web-standart.net.
20. Газета „Експерт Україна”, www.expert.ua
21. Щотижневик „Бізнес”, www.business.kiev.ua

Ресурси

22. <http://www.rada.gov.ua> - веб-сервер Верховної Ради
23. <http://www.nuvm.rv.ua> - веб-сервер НУВГП
24. <http://www.ukrstat.gov.ua/> - Державний комітет статистики України
25. <http://www.zakon1.rada.gov.ua/> - законодавча база Верховної Ради України
26. <http://www.uam.in.ua> / - Українська асоціація маркетингу
27. <http://www.kmu.gov.ua> - Кабінет Міністрів України
28. <http://www.pulsarua.com> - інформація про підприємства України
29. <http://www.smida.gov.ua/> - інформація про підприємства України
30. <http://www.pat.ua/> - інформація про підприємства України
31. <http://www.ukrindustrial.com/> - інформація про промисловість України
32. <http://www.proelectro.info> - інформація про підприємства України
33. <http://www.rivne.org> - Інтернет-ресурси про Рівне
34. <http://www.irp.rv.ua> - Інтернет-ресурси про Рівне

Бібліотеки

- НУВГП - м.Рівне, вул.Приходька, 75, тел.22-25-39,
- обласна наукова - м.Рівне, майдан Короленка, 6, тел.22-10-63,
- міська бібліотека - м.Рівне, вул.Київська, 44, тел.23-35-38, 23-60-29.



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Додаток А

Зразок оформлення титульної сторінки звіту з практики

Міністерство освіти і науки України

Національний університет водного господарства та
природокористування

Інститут економіки, менеджменту та права

Кафедра маркетингу

ЗВІТ

Про результати проходження навчальної практики

«Університетська освіта»



національний університет
водного господарства
та природокористування

Виконав:
студент першого курсу
напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»
групи МАР – 11

Прізвище, ім'я, по-батькові

Керівник практики від університету:

(посада, прізвище та ініціали
керівника практики від університету)

Рівне-201__