

СИЛАБУС SYLLABUS	Виробнича практика 2 Production practice 2	
Шифр за ОП Code in Degree Programme	ФП29 ФП29	
Освітній рівень Level of Education	Бакалаврський (перший) Bachelor's (first)	
Галузь знань Field of Knowledge	07	Управління та адміністрування Management and administration
Спеціальність Field of Study	075	Маркетинг Marketing
Освітня програма Degree Programme	Маркетинг	
	Marketing	

РІВНЕ – 2025

Силабус ОК «Виробнича практика 2» для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг». Рівне: НУВГП. 2025. 17 с.

ОПП на сайті університету: <https://ep3.nuwm.edu.ua/32229/>

Розробники силабусу:

Веретін Людмила Станіславівна, к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу
Мальчик Мар'яна Василівна, д.е.н., завідувач кафедри маркетингу, професор
Оплачко І.О., к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу

Силабус схвалений на засіданні кафедри маркетингу ННІЕМ
Протокол № 5 від "08" грудня 2025 року

Завідувач кафедри маркетингу: *Мальчик Мар'яна Василівна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу*

Керівник освітньої програми: *Оплачко Ірина Олександрівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ

© Веретін Л.С.,
© Мальчик М.В.,
© Оплачко І.О., 2025
© НУВГП, 2025

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ*

Ступінь вищої освіти	<i>бакалавр</i>
Освітня програма	<i>Маркетинг</i>
Спеціальність	<i>075 Маркетинг</i>
Рік навчання, семестр	<i>3 (денна 6-й семестр) 3 (заочна 6-й семестр)</i>
Кількість кредитів	<i>3 кредити ЄКТС</i>
Самостійна робота:	<i>90 годин (заочна 90 годин)</i>
Форма навчання	<i>денна, заочна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>залік</i>
Мова викладання	<i>українська</i>

ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКА

	Веретін Людмила Станіславівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, доцент
Вікіситет	https://surl.li/bxqgka
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-8028-1118
Канали комунікації	l.s.veretin@nuwm.edu.ua Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE
	Мальчик Мар'яна Василівна, доктор економічних наук, завідувач кафедри маркетингу, професор
Вікіситет	http://surl.li/mnwfiy
ORCID	http://orcid.org/0000-0002-0917-191X
Канали комунікації	m.malchik@nuwm.edu.ua Кафедра маркетингу kaf-mark@nuwm.edu.ua Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE

	Оплачко Ірина Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу
Вікіситет	https://surl.li/aarkbg
ORCID	http://orcid.org/0000-0003-0591-121X
Канали комунікації	i.o.oplachko@nuwm.edu.ua тел. 068-771-05-61 Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИРОБНИЧУ ПРАКТИКУ

Мета та завдання

Виробнича практика 2 (далі виробнича практика) є невід'ємною складовою частиною навчального процесу здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання, важливим елементом практичної підготовки студентів, їх становлення як кваліфікованих маркетологів.

Програма практики є основним навчально-методичним документом для студентів і керівників практики від навчального закладу та бази практики. Виробнича практика передбачена начальним планом підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання.

Метою практики є закріплення, систематизація та поглиблення набутих в процесі навчання знань, умінь і навичок, та отримання нових, необхідних для формування компетентностей і досягнення результатів навчання, визначених ОП «Маркетинг».

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких завдань: поглибити здобувачами знання сучасних методів, форм організації роботи в сфері практичного маркетингу; сформувати на базі одержаних в університеті знань професійних умінь і навичок для прийняття під час конкретної роботи самостійних рішень у межах своїх повноважень та їх практичне застосування в реальних умовах; в рамках чого дослідити організаційну структуру управління суб'єкта господарювання – бази практики (далі суб'єкт господарювання) та особливості організації маркетингової діяльності; закріпити, систематизувати та поглибити знання з фаху, в тому числі закріпити професійні уміння та навички з маркетингового аналізу факторів мікро- та макромаркетингового середовища, оцінки внутрішніх можливостей суб'єкта господарювання (виробничих, фінансових, економічних, маркетингових), в тому числі аналізу товарної політики, цінової політики суб'єкта господарювання, обґрунтування каналів збуту продукції; аналізу системи комунікаційних засобів суб'єкта господарювання; визначення ефективності системи внутрішнього маркетингу, портфельного аналізу, оцінки стратегій маркетингу; зібрати, опрацювати та проаналізувати інформацію (фінансову, статистичну, маркетингову), необхідну для виконання програми практики; на основі проведеного аналізу сформулювати обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання та розробити маркетинговий план діяльності суб'єкта господарювання; своєчасно підготувати та захистити звіт.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/enrol/index.php?id=7221>

Передумови вивчення (місце виробничої практики в структурно-логічній схемі)

Виробнича практика є складовою частиною обов'язкових освітніх компонентів циклу фахової підготовки студентів спеціальності «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг».

Передумови вивчення забезпечують такі ОК: Облік і оподаткування, Рекламна діяльність, Право, Маркетингова товарна політика, Маркетингові дослідження, Управління персоналом, Діджитал маркетинг, Виробнича практика 1, Бізнес-комунікації.

Компетентності

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

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

Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Р 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Лекції – 0 год. Практичні – 0 год. Самостійна робота – 90 год.

Зміст роботи		Результати навчання	Форма організації навчання	Кількість годин	Інформаційні ресурси
1.	Оформлення необхідних документів для проходження виробничої практики, проведення інструктажу з охорони праці та техніки безпеки. Знайомство з наказом на виробничу практику. Проходження інструктажу з охорони праці в університеті. Отримання бланків для оформлення прибуття на місце проходження виробничої практики, отримання щоденника практики перед від'їздом на практику.	Р12, Р14, Р17	Сам. роб.	2	21; 30
2.	Оформлення документів про прибуття на місце проходження практики. Інструктаж з охорони праці й протипожежної безпеки. Приїзд (прихід) на базу практики. Оформлення документів про прибуття. Знайомство із керівництвом суб'єкта господарювання – бази практики. Ознайомлення із керівником практики від суб'єкта господарювання. Вивчення порядку організації і забезпечення на робочих місцях охорони праці й протипожежної безпеки. Проходження вступного і первинного інструктажу з охорони праці і пожежної безпеки. Погодження з керівником практики від бази практики календарного плану практики.	Р12, Р14, Р17	Сам. роб.	2	21; 30

3.	Загальна характеристика суб'єкта господарювання – бази практики. У цьому розділі звіту наводиться коротка характеристика суб'єкта господарювання (назва, місцезнаходження, підпорядкованість, форма власності, власник, історична довідка, належність до певної галузі або виду економічної діяльності, основні напрями виробничо-господарської діяльності відповідно до класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД) тощо. Джерелами інформації можуть слугувати засновницькі документи суб'єкта господарювання, публічна та рекламна інформація, а також інформація, розміщена в мережі Інтернет на офіційних ресурсах суб'єкта господарювання або його власних сторінках у соціальних мережах.	P3, P12, P14, P16, P17	Сам. роб.	8	10; 11; 13; 14; 18; 33; 35; 38
4.	Підбір та опрацювання джерел інформації. Джерелом інформації служить аналіз головних форми фінансової звітності суб'єкта господарювання (форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати»). Аналіз фінансового стану суб'єкта господарювання. У цьому розділі звіту наводиться наступна інформація: аналіз показників ліквідності суб'єкта господарювання-бази практики; аналіз показників фінансової стійкості суб'єкта господарювання-бази практики.	P3, P12, P14, P16, P17	Сам. роб.	6	1-4; 10-12; 14; 33
5.	Ознайомлення з організаційною структурою підприємства (організації, установи). Аналіз організації служби маркетингу У цьому розділі звіту наводиться опис загальної організаційної структури управління суб'єкта господарювання (тип структури, ієрархічні зв'язки); характеристика структури та функцій служби маркетингу; оцінка взаємодії маркетингового підрозділу з іншими службами підприємства. Джерелом інформації служать Статут суб'єкта господарювання, положення про відділ маркетингу, посадові інструкції працівників та штатний розпис.	P3, P12, P14, P16, P17	Сам. роб.	8	1-4; 10-12; 14
6.	Аналіз господарської діяльності суб'єкта господарювання бази практики. У даному розділі звіту проводиться аналіз показників економічної ефективності використання основних засобів (визначається прибуток від операційної діяльності; залишкова вартість основних засобів станом на початок та кінець року; середньорічна вартість основних засобів; рентабельність основних засобів). Джерелом інформації служить аналіз головних форми фінансової звітності суб'єкта господарювання (форма № 1 «Баланс» та результати розрахунків здійснені в попередніх розділах).	P3, P12, P14, P16, P17	Сам. роб.	8	1-4; 10-12; 14

7.	Аналіз ринкового середовища та конкурентів (частина 1) У даному розділі звіту проводиться аналіз зовнішнього середовища суб'єкта господарювання методом PEST-аналізу та моделі п'яти сил конкуренції Портера. Визначаються ключові політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори, що впливають на діяльність підприємства, а також оцінюється інтенсивність конкурентної боротьби в галузі. Джерелами інформації служать дані про макросередовище галузі, аналіз конкурентного ландшафту та інформація, отримана від керівництва суб'єкта господарювання.	P3, P12, P14, P16, P17	Сам. роб.	8	1-4; 10-12; 14
8.	Аналіз ринкового середовища та конкурентів (частина 2) У даному розділі звіту проводиться детальний аналіз прямих конкурентів підприємства. Визначаються основні конкуренти, їхні ринкові позиції, сильні та слабкі сторони, цінова політика та канали збуту. Джерелом інформації служать відкриті дані про діяльність конкурентів, аналіз їхньої маркетингової активності та порівняльні показники ефективності.	P3, P12, P14, P16, P17	Сам. роб.	8	1-4; 10-12; 14
9.	SWOT-аналіз діяльності суб'єкта господарювання. У даному розділі звіту проводиться комплексний аналіз сильних і слабких сторін внутрішнього середовища, можливостей та загроз зовнішнього середовища суб'єкта господарювання. Визначаються ключові фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. Джерелом інформації служать результати попередніх аналізів фінансового стану, ринкового середовища та конкурентів, а також внутрішні дані суб'єкта господарювання.	P3, P12, P14, P16, P17	Сам. роб.	8	5-9; 15-17; 19; 22-26; 28; 31-34
10.	Дослідження цільової аудиторії У даному розділі звіту проводиться аналіз цільової аудиторії суб'єкта господарювання. Визначаються демографічні, психографічні та поведінкові характеристики споживачів, проводиться сегментація ринку. Джерелом інформації служать дані маркетингових досліджень, аналіз поведінки клієнтів та інформація, отримана від відділу маркетингу п суб'єкта господарювання.	P3, P12, P14, P16, P17	Сам. роб.	8	21; 27; 30-34
11.	Аналіз поточної маркетингової діяльності (комплекс 4P) та цифрової присутності підприємства. У даному розділі звіту проводиться аналіз поточного маркетингового комплексу суб'єкта господарювання (товар, ціна, місце, просування) та оцінюється його цифрова присутність. Визначаються ефективність маркетингових інструментів та наявність онлайн-активності. Джерелом інформації служать внутрішні документи підприємства, дані про рекламні кампанії, аналіз веб-сайту та соціальних мереж.			8	

12.	Розробка рекомендацій та пропозицій щодо оптимізації маркетингової діяльності. У даному розділі звіту формуються конкретні рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання на основі проведених аналізів. Визначаються пріоритетні напрямки покращення, розробляється проект маркетингового плану. Джерелом інформації служать результати всіх попередніх розділів звіту, а також консультації з керівництвом підприємства.			8	
13.	Оформлення звіту з практики. У даному розділі звіту здійснюється систематизація всіх отриманих даних та результатів аналізу, оформлення звіту відповідно до вимог методичних рекомендацій. Визначається структура звіту, підготовлюються висновки та рекомендації. Джерелом інформації служать усі попередні розділи звіту, а також вимоги до оформлення, зазначені у методичних вказівках.			8	
	Всього	-	-	90	-

Форми та методи навчання
Форма навчання очна (денна), заочна. Під час роботи з освітнім компонентом застосовуються такі основні методи: аналітичні та дослідницькі методи, зокрема, збір та аналіз інформації (робота з первинною документацією, фінансовою, статистичною та управлінською звітністю суб'єкта господарювання), виконання індивідуального завдання (глибоке вивчення конкретного фінансово-економічного чи маркетингового питання, або проблеми на прикладі бази практики), застосування наукових методів (методів економічного аналізу, прогнозування, планування, моделювання); інтерактивні та ситуаційні методи, зокрема, кейс-метод (розгляд реальних фінансово-економічних, маркетингових проблем, які виникли у суб'єкта господарювання, пошук та обґрунтування рішень). Основними контрольними методами навчання є: - консультування з керівником виробничої практики від університету, іншими працівниками університету, наукової спільноти та бізнес-середовища; - консультування з керівником виробничої практики від бази практики; - виконання прикладних досліджень на базі практики (суб'єкті господарювання); - самостійна робота з підготовки звіту з виробничої практики; - захист звіту та презентація результатів практики, що розвиває навички комунікації та аргументації.
Інструменти, обладнання, програмне забезпечення
- технічні засоби навчання: мультимедійне обладнання, ноутбук; - програмне забезпечення: MS Windows, доступ до Інтернет; - програмне забезпечення: система дистанційного навчання Moodle.
Порядок оцінювання програмних результатів навчання/результатів навчання

Поточний контроль проходження виробничої практики 2 проводиться:

- за виконанням вимог до оформлення документів про вчасне прибуття на місце проходження практики;
- за оформленням звіту з виробничої практики;
- за відгуком керівника виробничої практики від підприємства, де відбувалось проходження практики;
- за оформленим щоденником виробничої практики.

Підсумковий контроль відбувається на захисті звіту з виробничої практики. Усі форми контролю включено до 100 бальної шкали оцінювання.

Поточний контроль оцінюється за критеріями, які дозволяють отримати наступні бали:

- вчасне оформлення документів про прибуття на практику – 5 балів;
- оформлення щоденника практики – 10 балів;
- оформлення звіту з виробничої практики – 45 балів.

Підсумковий контроль відбувається на захисті звіту з виробничої практики – 40 балів.

Всього – 100 балів.

Додаткові (бонусні) бали можуть нараховуватись за оригінальність підходу до розробки пропозицій щодо удосконалення діяльності установи з включенням їх до звіту про проходження практики.

Оцінювання та поточний контроль проходження виробничої практики проводиться згідно нормативних документів НУВГП:

- Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти <http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/25889>.
- Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти (семестровий поточний та підсумковий контроль) зі змінами та доповненнями <http://ep3.nuwm.edu.ua/21123/>;
- Тимчасове положення про організацію проведення практик для здобувачів вищої освіти НУВГП. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/32856/>.

Рекомендована література

Базова література

1. Волкова Н. А., Подвальна Н. Е., Семенова К. Д. Економічний аналіз: навч. посібник. Одеса : ППЦ «Белка». 2020. 240 с.
2. Горкавий В. К. Статистика : підручник. Третє вид., переробл. і доповн. Київ : Алерта, 2020. 644 с.
3. Дропа Я. Б. Фінансовий аналіз : навч. посібник [Електрон. вид.]. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка. 2023. 238 с.
4. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. Суми: ВТД: Університетська книга. 2023. 234 с.
5. Ковальчук К. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій / під ред. Центр навчальної літератури. 2019. 328 с.
6. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу (18-те вид.) Київ: Науковий Світ. 2022. 880 с.
7. Котлер Ф., Картайя Г., Сетіяван, А. Маркетинг 5.0: технології, що допомагають людству. Київ: Vivat. 2023. 280с.
8. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. 444 с.
9. Окландер М. Маркетингова товарна політика: навч. посібн. К.: Центр навчальної літератури. 2020. 248 с.

Допоміжна література

10. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України (АІФРУ) або Stock market infrastructure development agency of Ukraine (SMIDA). URL: <https://www.smida.gov.ua/db>
11. Актуальний класифікатор організаційно-правових форм господарювання (КОПФГ) у поточному році. URL: <https://zkg.ua/klassifikator-organizatsijno-pravovyh-form-hospodaryuvannya-kopfgh/>
12. Веретін Л. С. Методичні підходи до оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства. Вісник НУВГП. Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 2 (86). С. 23–32.
13. Веретін Л. С., Шимко О. В. Інфраструктура аграрного товарного ринку: проблеми розвитку та потенціал інтеграції в глобальні ланцюги Актуальні питання економічних наук. 2025. № 11. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15542808>.
14. Веретін. Л. С., Балдич Л. В. Інфраструктурні рішення для збереження якості продукції у ланцюгу постачання товарів. Ефективна економіка. № 5. 2025: URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/issue/view/222>.
15. Волкова Н. А., Подвальна Н. Е., Семенова К. Д. Економічний аналіз : навч. посібник. Одеса : ППЦ «Белка». 2020. 240 с.
16. Горкавий В. К. Статистика : підручник. Третє вид., переробл. і доповн. Київ : Алерта, 2020. 644 с.
17. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко М. І. Аналіз господарської діяльності : навчальний посібник. Мелітополь : Люкс, 2021. 260 с.
18. Грицаєнко Г. І., Грицаєнко М. І. Аналіз господарської діяльності : навчальний посібник. Мелітополь : Люкс. 2021. 260 с.
19. Класифікація організаційно-правових форм господарювання. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb288217-94#Text>.
20. Ковальчук К. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій / під редакцією Центр навчальної літератури, 2019. 328 с.
21. Коротун О.П., Веретін Л.С. Державна політика цифровізації ринкової інфраструктури в Україні: виклики, інституційні механізми та шляхи удосконалення. Актуальні питання економічних наук, Випуск 15, 2025 URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/783/776>.
22. Коротун О.П., Веретін Л.С. Інфраструктурна трансформація ринку товарів і послуг в умовах цифровізації та сталого розвитку. Бізнес-навігатор, Випуск 4 (81) 2025. С.323-327. URL: https://www.business-navigator.ks.ua/journals/2025/81_2025/51.pdf

23. Коротун О.П., Веретін Л.С. Міжнародний досвід цифрової трансформації ринкової інфраструктури: уроки для державної політики України. Ефективна економіка № 9 (2025): URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/7579>.
24. Коротун О.П., Веретін Л.С. Теоретико-методологічні засади державного регулювання цифровізації інфраструктури споживчих ринків у контексті сталого розвитку. Інфраструктура ринку, Випуск 85, 2025. С.8-15. URL: https://www.market-infr.od.ua/journals/2025/85_2025/4.pdf.
25. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М. В., Гонтаренко Н. А., Попко О. В., Толчанова З. О., Король Б. О., Мартинюк О. В., Коваль С. І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М. В. Рівне: НУВГП, 2014. 444 с.
26. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М. В., Попко О. В., Гонтаренко Н. А., Толчанова З. О., Мартинюк О. В., Коваль С. І., та ін.; за редакцією Мальчик М. В. – Рівне: НУВГП, 2015. 197 с.
27. Марусяк Н. Л. Фінансовий аналіз : навч. посібник. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 172 с.
28. Непочатенко О. О. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2020. 272 с
29. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Кваліфікація: Бакалавр маркетингу / [розробники: Попко О. В., Мальчик М. В., Мартинюк О. В. та ін.]. – Рівне : НУВГП, 2021. – 19 с. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/21064/>.
30. Положення про організацію освітнього процесу у Національному університеті водного господарства та природокористування (нова редакція). 2023 НУВГП. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/28552/>.
31. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ : Наш Формат, 2020. 424 с.
32. Портер М. Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей і конкурентів. Київ: Наш Формат. 2022. 565 с.
33. Приклади оформлення бібліографічного опису у списку використаних джерел з урахуванням Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання». URL: <https://msu.edu.ua/library/wp-content/uploads/2019/02/prykklady-oformlennjabibliografichnoho-opysu-zhidno-dstu-8302.pdf>.
34. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. К.: Київ: ННДЖ Київ. нац. унів-т імені Тараса Шевченка. Студцентр. 2022. 354 с
35. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. №1343.
36. Стратегічне управління. Антикризисне управління : навч. посібник / Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Редіна Є. В., Белоус К. В. Одеса, 2019. 208 с.
37. Тимчасове положення про організацію проведення практик для здобувачів вищої освіти НУВГП. URL: https://nuwm.edu.ua/index.php?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=1270&id=2751&Itemid=1000000000000.
38. Тимчасове положення про організацію проведення практик для здобувачів вищої освіти НУВГП. 2018. НУВГП. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/32856/>.
39. Тігова Т. М., Селіверстова Л. С., Процюк Т. Б. Аналіз фінансової звітності : навчальний посібник. К. : ЦУЛ, 2019, 268 с.
40. Толчанова З.О., Кравчук І.М. Фактори маркетингової стратегії виходу вітчизняних підприємств на міжнародні ринки. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія: Економічні науки. 2024. Вип. 2(106). С. 248-257. URL: <https://ep3.nuwm.edu.ua/31549/1/Ve10623.pdf>.
41. Шимко О. В., Веретін Л. С. Маніпулятивні технології в системі впливу на поведінку споживачів. Бізнес Інформ. №1. 2025. С. 531–537. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2025&abstract=2025_1_0_531_537.
42. Koval, V., Kryshchal, H., Udovychenko, V., Soloviova, O., Froter, O., Kokorina, V., Veretin, L. Review of mineral resource management in a circular economy infrastructure. Mining of Mineral Deposits. Mining of Mineral Deposits, 17(2), 2023. pp 61-70. <https://doi.org/10.33271/mining17.02.061> (SCOPUS)
43. Koval, V., Kryshchal, H., Udovychenko, V., Soloviova, O., Froter, O., Kokorina, V., & Veretin, L. Review of mineral resource management in a circular economy infrastructure. Mining of Mineral Deposits. Mining of Mineral Deposits, 17(2), 2023. pp 61-70. <https://doi.org/10.33271/mining17.02.061> (SCOPUS)
44. Malchyk M, Popko O., Martyniuk O., Hontarenko N, Oplachko I. O. (2020). Tools for marketing management of industrial enterprises in Ukraine based on the principles of sustainable development. International Journal of Management. Vol. 11(4). P. 385-394 (SCOPUS). URL: http://www.iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJM/VOLUME_11_ISSUE_4/IJM_11_04_038.pdf
45. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Martyniuk O., Tolchanova Z. (2022). The Impact of Digitalization on Modern Marketing Strategies and Business Practices (Transformation). Review of Economics and Finance. Vol. 20. P. 1042-1050, ISSN: 1923-7529, e-ISSN: 1923-8401, <https://refpress.org/ref-vol20-a116/> (SCOPUS)
46. Malchyk M., Popko O., Oplachko I., Martyniuk O., Tolchanova Z. (2022). The Impact of Digitalization on Modern Marketing Strategies and Business Practices (Transformation). Review of Economics and Finance. Vol. 20. P. 1042-1050, ISSN: 1923-7529, e-ISSN: 1923-8401, <https://refpress.org/ref-vol20-a116/> (SCOPUS).
- Інформаційні ресурси**
47. Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII «Про вищу освіту». URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>].
48. Закон України від 05.09.2017 р. «Про освіту» – URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>].
49. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
50. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
51. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП [Електронний ресурс]. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua>.
52. Кабінет Міністрів України [Електронний ресурс]. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>.
53. «Маркетинг в Україні». Науковий журнал. URL: <https://uam.in.ua/common/zurnal-marketyng-v-ukrayini/>.
54. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
55. Податковий кодекс України від 2.12.2010 р. № 2756- VI (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

56. Рівненська державна обласна бібліотека [Електронний ресурс]. URL: <http://www.lib.rv.ua/>.

57. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>.

58. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>.

59. Prometheus – платформа для онлайн-освіти та професійного розвитку : вебсайт. URL: <https://prometheus.org.ua/courses-catalog>

Методичне забезпечення

Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування. URL : <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/methods/>.

Поєднання навчання та досліджень

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей за результатами досліджень.

ПОЛІТИКА ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

- Системне і аналітичне мислення; комунікаційні якості; презентаційні навички; саморозвиток; здатність до навчання і оволодіння знаннями; адаптивність та гнучкість, здатність до комплексного вирішення проблеми.

Дедлайни та перескладання

- Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <https://ep3.nuwm.edu.ua/30369/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Оголошення стосовно дедлайнів здачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/>

- У разі незгоди здобувача ВО з результатами оцінювання, відповідно до Порядку звернень здобувачів вищої освіти та інших осіб, які навчаються в НУВГП <http://ep3.nuwm.edu.ua/15467/>, здобувач подає апеляційну скаргу, після чого скликається апеляційна комісія. Організація всіх видів навчальної діяльності в межах курсу проводиться згідно Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті водного господарства та природокористування <http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/28552>.

Правила академічної доброчесності

- Здобувачі повинні дотримуватися принципів і правил академічної доброчесності, сумлінно та самостійно (крім випадків, що санкціоновано передбачають групову роботу) виконувати аналітичні та дослідницькі завдання, посилаючись на джерела, з яких береться інформація. У звіті з переддипломної практики не повинно бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Якщо у звіті з переддипломної практики виявлено запозичення з інших джерел без належного посилання, оцінювання звіту знижується у відповідності до виявлених порушень.

Дотримання академічної доброчесності студентами реалізовується шляхом особистого самостійного виконання практичних завдань, модульних і підсумкових контролів, виконання самостійної роботи, дотриманням авторського права, достовірності виконаних досліджень. Відповідні вимоги до дотримання таких правил відображені у Кодексі честі студентів НУВГП: <http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/>.

Нормативні документи НУВГП та Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці «ЯКІСТЬ ОСВІТИ» сайту НУВГП <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj> https://naqa.gov.ua/академічна_доброчесність.

Вимоги до відвідування

Проходження практики є обов'язковою умовою для успішного виконання індивідуальної роботи виданої керівником практики та оформлення звіту. Здобувачу вищої освіти не дозволяється пропускати проходження практики без поважних причин. Здобувачу вищої освіти, який не виконав програму практики з поважних причин, може бути надано право проходження практики повторно відповідно до «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП». Здобувач вищої освіти має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>. Під час проходження практики студентам дозволено використання мобільних телефонів та ноутбуків з метою пошуку уточнюючої інформації щодо нормативної бази, вітчизняних та зарубіжних практик. У випадку форс-мажорних обставин (карантинні обмеження, локдаун, військовий стан) практика і консультації між здобувачем вищої освіти та керівником практики від університету проводяться онлайн.

Автори:

доцент кафедри маркетингу,
кандидат економічних наук, доцент

Л.С. Веретін

завідувач кафедри маркетингу,
доктор економічних наук, професор

М.В. Мальчик

доцент кафедри маркетингу,
кандидат економічних наук, доцент

І.О. Оплачко

Автор
Доцент

Людмила ВЕРЕТІН

Затверджено



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №226
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 3FAA9288358EC003040000009B6C3700C8C2C100