

**МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ**

Кафедра маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Директор Навчально-наукового
інституту менеджменту та
підприємництва**

_____ С.А. Федюнін
« _____ » _____ 2019р.

**Методичні рекомендації та матеріали
до проходження ознайомчої практики студентів
другого курсу**

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Форма навчання	денна
курс	2

Київ – 2019

Методичні рекомендації та матеріали до проходження ознайомчої практики студентів другого курсу за спеціальністю 075- Маркетинг складено на основі навчального плану, профілю освітньо-професійної програми, стандарту вищої освіти для підготовки бакалаврів у галузі знань 07-Управління та адміністрування зі спеціальності 075-Маркетинг

„25” березня 2019 року - 38 с.

Розробники:

Виногорова О.В., д.е.н., професор;

Євтушенко Н.О., к.е.н., доцент;

Дарчук В.Г., к.е.н.;

Іртлач М.О, к.е.н.;

Крижко О.В., ст. викладач.

.

Методичні рекомендації та матеріали до проходження ознайомчої практики затверджені на засіданні кафедри маркетингу

Протокол № 19 від 25.03.2019 р.

Завідувач кафедри маркетингу

_____ О.В. Виногорова

« 25» березня 2019 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. ЦІЛІ І ЗАВДАННЯ ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ	5
2. КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ	6
3. ОРГАНІЗАЦІЯ І КЕРІВНИЦТВО ОЗНАЙОМЧОЮ ПРАКТИКОЮ	7
4.ЗМІСТ ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ	10
5. ПІДГОТОВКА ЗВІТУ З ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ ТА ВИМОГИ ДО ЙОГО ОФОРМЛЕННЯ	12
6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ	15
7. ЗАНЯТТЯ ТА ЕКСКУРСІЇ	16
8. ФОРМИ І МЕТОДИ КОНТРОЛЮ	17
9. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ТА ОЦІНКА КОМПЕТЕНТНОСТІ	18
10. ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ	21
11. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	22
ДОДАТКИ	25

ВСТУП

Методичні рекомендації та матеріали до проходження ознайомчої практики студентів четвертого курсу підготовлені згідно з: «Положенням про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України» (наказ Міністерства освіти України від 08.04.93 № 93), «Методичними рекомендаціями по складанню програм практики студентів вищих навчальних закладів України» (лист Міністерства освіти України від 14.11.96 № 31-5/97); «Положенням про проведення практики студентів Державного університету телекомунікацій» (від 31.08.2016 № 11).

Ознайомча практика є першим і важливим етапом входження студентів до навчального процесу у вищому навчальному закладі з метою формування в них активного ставлення до здобуття високого рівня наукових і професійних знань, умінь і навичок для майбутньої практичної діяльності в галузі рекламного бізнесу і маркетингу.

Програма передбачає ознайомлення студентів з майбутньою професією, перспективами розвитку спеціальності, з характером, змістом та умовами організації виробничого процесу, маркетингової і рекламної діяльності, сприятиме формуванню професійних навичок з вибраної спеціальності.

Програма ознайомчої практики є основним навчально-методичним документом, згідно з яким планується і регламентується діяльність керівників практики і студентів упродовж періоду проведення даного виду практики.

1. ЦІЛІ І ЗАВДАННЯ ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ

Ціль ознайомчої практики - сформувати навички реального досвіду маркетингової діяльності, а також закріпити знання за фахом «Маркетинг».

Задачі ознайомчої практики:

- прищепити студентам любов до професії маркетолога та рекламіста;
- ознайомити студентів з професійними вимогами до фахівця, необхідними практичними вміннями та навичками, із специфікою майбутньої спеціальності;
- ознайомити студентів з переліком посад, які можуть займати спеціалісти з рекламного бізнесу та маркетингу, сферами їхньої подальшої професійної діяльності;
- розкрити роль, значення і місце навчальної практики в забезпеченні майбутніх фахівців практичними вміннями і навичками;
- ознайомити студентів із досвідом роботи підприємств з метою якомога повного уявлення щодо їх організаційної структури, основних функцій, діючої системи управління підприємством і збутом товарів, організації рекламно-інформаційної діяльності тощо.

У процесі практичного навчання студенти виконують такі типові завдання:

- за дорученням керівника збирають доступну інформацію, здійснюють спостереження, обробляють матеріали;
- розробляють анкети для опитування споживачів, проводять анкетування під керівництвом викладачів, аналізують їх результати;
- беруть участь в екскурсіях на підприємство;
- розв'язують ситуаційні задачі і вправи на основі зібраних фактичних матеріалів.

2. КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ

№ п/п	Зміст практики	Строк виконання, днів
1	Інструктаж про організацію і проходження ознайомчої на кафедрі.	0,5
2	Оформлення документів і інструктаж щодо правил внутрішнього розпорядку організації.	0,5
3	Ознайомлення з концепцією та системою маркетингових теорій.	2
4	Проведення маркетингових досліджень.	3
5	Маркетингова цінова політика підприємства	3
6	Дослідження досвіду рекламних кампаній вітчизняних і зарубіжних компаній.	2
7	Виконання індивідуального завдання.	2
8	Оформлення звіту з практики.	1
9	Захист звіту з практики.	1
	Всього	15

3.ОРГАНІЗАЦІЯ І КЕРІВНИЦТВО ОЗНАЙОМЧОЮ ПРАКТИКОЮ

3.1. Безпосереднє навчально-методичне керівництво і виконання програми практики забезпечують відповідні кафедри інституту університету. Організаційні заходи, що забезпечують підготовку, порядок проведення і контроль практики покладається на завідувачів кафедр.

3.2. Безпосередній контроль за організацію практики та за результати її проведення покладається на директорів інститутів.

3.3. Методичне забезпечення практики складає:

- Положення про проведення практики студентів Університету;
- наскрізна та робоча програми практики студентів, підготовка яких здійснюється за різними спеціальностями (спеціалізаціями);
- методичні рекомендації та матеріали до проходження практики для студентів Університету.

3.4. Організаційне забезпечення практики складає:

- визначення баз практики;
- призначення керівників практики;
- розподіл студентів за базами практики;
- укладання договорів про проведення практики між Університетом та підприємством, організацією, установою;
- направлення студентів на бази практики;
- повідомлення про прибуття студента на практику;
- підготовка форм звітної документації за результатами проведення Практики.

3.5. Керівництво практикою студентів здійснюється двосторонньо: керівником від Університету та керівником від бази практики.

3.6. Визначення базового підприємства здійснюється керівництвом Університету відповідно до змісту, завдань практики на основі прямих договорів із підприємствами, організаціями, установами незалежно від їх організаційноправових форм і форм власності. За місцем розташування бази практики можуть бути виїзними або проводитись у межах міста.

3.7. Студенти можуть самостійно, з дозволу керівника практики від кафедри, підбирати для себе місце проходження практики. У разі погодження, керівник практики від кафедри, готує проект індивідуального договору для студента.

3.8. Договір із базою практики про її проведення укладає директор інституту.

3.9. Договір, згідно зі встановленою формою, готується у двох екземплярах: один – Університетський, другий – бази практики. Примірник договору Університету зберігається у Навчально-науковому центрі, копія договору зберігається на кафедрі (ДОДАТОК 1)

3.10. На основі договору студенти отримують направлення на проходження практики, яке готує керівник практики від кафедри. Направлення на практику оформляється в одному примірнику згідно з встановленою формою та надається у Навчально-науковий центр для подальшого оформлення (ДОДАТОК 2).

3.11. У разі необхідності, на вимогу бази практики, студентам надаються листи-клопотання на підприємство, в організацію чи установу про прийняття на практику студентів. Листи оформлюються керівником практики від кафедри і надаються в паперовому та електронному варіанті у Навчально-науковий центр для подальшого оформлення.

3.12. Основним організаційно-методичним документом, що регламентує діяльність студентів і керівників практики, є наскрізна програма практики. Наскрізна програма відповідає Положенню про проведення практики.

3.13. Відповідальним за організацію і проведення практики є директор інституту, який:

- здійснює керівництво навчально-методичним забезпеченням практики;
- інформує студентів про місце, строки проведення практики та форми звітування;
- здійснює контроль за організацією та проведенням практики, виконанням програми практики, своєчасним складанням заліків і звітної документації за підсумками практики;
- заслуховує звіти кафедр про проведення практики вченій раді інституту.

3.14. Кафедра, що відповідає за підготовку та порядок проведення переддипломної практики:

- розробляє програму практики і при необхідності доопрацьовує її, але не рідше, ніж один раз на три роки;
- складає графіки розподілу студентів за базами практики, які до початку практики подаються до навчально-наукового центру;
- розробляє тематику індивідуальних завдань на період проведення практики (один раз на три роки);
- організовує проведення зборів студентів з питань практики за участю керівників практики;
- здійснює керівництво і контроль за проведенням практики;
- повідомляє студентів про систему звітності з практики, яка затверджена кафедрою;
- обговорює підсумки та аналізує виконання програм практики на засіданнях кафедри;
- подає до деканатів та навчально-наукового центру звіти про проведення практики з пропозиціями щодо удосконалення її організації.

3.15. До керівництва виробничою переддипломною практикою студентів залучаються досвідчені викладачі кафедр, які брали безпосередню участь у навчальному процесі, за яким проводиться виробнича переддипломна практика.

Керівник практики від кафедри несе відповідальність за:

- готовність баз практики та проводить при необхідності до прибуття студентів-практикантів підготовчі заходи;
- розробку тематики індивідуальних завдань та узгоджує їх з керівником практики від підприємства (організації, установи) з урахуванням особливостей місця практики;
- проведення зі студентами інструктажу з охорони праці і техніки безпеки із записом його в Журнал реєстрації інструктажів з безпеки життєдіяльності

студентів;

- надання студентам необхідних документів (направлення, програму, календарний план, методичні рекомендації щодо оформлення звітної документації тощо);

- своєчасне прибуття студентів до місць практики;

- інформацію про систему звітності з практики;

- ознайомлення студентів з правилами внутрішнього трудового розпорядку підприємства, установи та організації;

- виконання контрольних заходів у ході виконання програми практики та строками її проведення;

- забезпечення нормальних умов праці і побуту студентів під час проходження практики та виконання студентами правил внутрішнього трудового розпорядку;

- приймання захисту звітів студентів про практику у складі комісії, на підставі чого атестує їх і виставляє оцінки в залікові книжки;

- загальне керівництво програмою практики;

- готовність та подачу письмового звіту про проведення та результати практики завідувачу кафедри.

3.16. *Керівник підприємства*, яке є базою практики, відповідає за ефективне виконання усіма зацікавленими особами програми практики. Обов'язки керівників від бази практики зазначені в договорі на проведення практики.

3.17. *Студент*, що проходить практику в конкретному підприємстві, відповідає за:

- до початку практики одержати від керівника практики від навчального закладу направлення, методичні матеріали (методичні вказівки, програму, щоденник практики (ДОДАТОК 3), індивідуальне завдання) та консультації щодо оформлення всіх необхідних документів;

- своєчасно прибути на базу практики, повернути повідомлення про прибуття на базу практики до Університету у триденний термін після початку практики (ДОДАТОК 4);

- ознайомитись з робочою програмою практики та виконувати всі завдання, передбачені програмою;

- розробити та затвердити у керівника практики індивідуальний план проходження практики;

- пройти інструктаж з правил охорони праці і техніки безпеки, поставивши підпис у Журналі реєстрація інструктажів з питань охорони праці, та суворо дотримуватись правил охорони праці і техніки безпеки;

- вивчити правила внутрішнього трудового розпорядку підприємства, установи та організації, відповідально їх виконувати;

- нести відповідальність за виконану роботу на базі практики;

- підготувати, відповідно до вимог робочої програми практики, звітну документацію та у визначений термін надати керівнику практики;

- своєчасно скласти залік з практики.

4.3 МІСТ ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ

4.1. Ознайомлення з концепцією та системою маркетингових теорій

Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Основні функції, склад, рівні маркетингової системи; основні теоретичні положення: теорії життєвого циклу продукту, теорії сегментування ринку, теорії кристалізації ринку. Розробка мультиатрибутивної моделі продукту (товару, послуги). Вивчення дислокації та потоків покупців торговельних мереж міста.

4.2. Проведення маркетингових досліджень

Визначення поняття “маркетингове дослідження”. Процедура проведення маркетингових досліджень.

Товар та його позиціонування на ринку. Розробка товару. Визначення основних характеристик товару. Визначення сегменту ринку та позиціонування товару.

Розробка концепції дослідження. Опитування як один з методів проведення маркетингових досліджень. Планування вибірки для проведення дослідження. Етапи розробки анкети. Види питань, що використовуються в анкеті. Розробка анкети.

Проведення анкетування. Проведення опитування з використанням розробленої анкети.

Аналіз отриманих даних. Зведення даних у підсумкову таблицю. Коригування характеристик товару відповідно до отриманих даних.

Формування основних висновків дослідження. Оформлення результатів дослідження.

Розробка торгового знаку для товару. Відповідність торгового знаку та сегменту ринку, на який орієнтується товар.

Проведення рекламної кампанії розробленого товару. Складання орієнтовного бюджету рекламної кампанії. Відповідність рекламної кампанії та сегменту ринку, на якому позиціонується товар. Рекламні засоби та охоплення аудиторії. Зведення всіх даних у підсумкову таблицю.

4.3. Маркетингова цінова політика підприємства

Сутність маркетингової цінової політики. Основні цілі ціноутворення. Роль і місце ціни в маркетинговій діяльності фірми. Взаємозв'язок завдання фірми з її ціновою політикою. Сутність маркетингової діяльності фірми через показники “ціна — якість”. Вплив типу ринку, на якому діє підприємство, на політику ціноутворення. Обґрунтування політики ціноутворення, вибору методів ціноутворення підприємства.

4.4. Дослідження досвіду рекламних вітчизняних і зарубіжних компаній

Вивчення правових засад регулювання рекламної діяльності в Україні і за кордоном. Вивчення історії створення та досвіду відомих світових і вітчизняних рекламних агентств. Вивчення досвіду проведення та результатів вітчизняних і світових конкурсів реклами. Визначення найрекламовніших товарних марок України. Вивчення креативних стратегій рекламодавців. Аналіз моделей, що використовуються при розробці рекламних звернень.

Оцінка психологічного впливу рекламних звернень. Вивчення досвіду використання виставок для рекламування продукції та створення фірмового стилю фірми.

4.5. Індивідуальне завдання

Індивідуальне завдання видається кожному студенту. Тема обирається згідно останньої цифри номеру залікової книжки. Наприклад, остання цифра номеру залікової книжки «2», відповідно слід обрати завдання під номером «2» або «12» або «22» або «32». Якщо остання цифра залікової книжки «0», то слід обрати «10» або «20» або «30».

5. ПІДГОТОВКА ЗВІТУ З ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ ТА ВИМОГИ ДО ЙОГО ОФОРМЛЕННЯ

Звіт з практики є важливим етапом ознайомчої практики, розроблення її теоретичної, аналітичної і проектної частини, тому звіт має бути логічно пов'язаний з проблематикою досліджень.

За структурою звіт повинен містити всі розділи відповідно до календарного плану ознайомчої практики.

Крім основних розділів, у звіт треба включити вступ (характеристику бази, умови і задачі переддипломної практики) і висновок, список літератури. Структура звіту погоджується до його упорядкування з керівником від кафедри. У звіті варто більш докладно освітити виконання індивідуального завдання (якщо це одне з питань загального завдання) або винести це питання в окремий розділ звіту, якщо це спеціальне завдання.

Заголовки структурних частин дипломної роботи: "ЗМІСТ", "ВСТУП", "РОЗДІЛ", "СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ", "ДОДАТКИ", друкуються великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів друкуються маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапка в кінці заголовка не ставиться.

Відстань між заголовком (за винятком заголовка пункту) та текстом має дорівнювати двом інтервалам в основному тексті.

Кожну структурну частину роботи необхідно починати з нової сторінки.

У звіті варто дати конкретну інформацію про виконану роботу, критичний аналіз стану управління в організації з погляду сучасних вимог і знань, отриманих у ході вивчення курсу, а також конструктивні пропозиції по поліпшенню управління маркетинговою діяльністю.

Звіт оформлюється на листах білого паперу формату А4, повинен мати наскрізну нумерацію і бути прошитим. Його обсяг повинен складати не менше 30 сторінок (комп'ютерний набір - 14 кегель, 1,5 інтервал, шрифт Times New Roman).

Текст роботи розміщується на аркуші з дотриманням таких розмірів берегів: з лівого боку - 20 мм., з правого — 15 мм., зверху -20 мм., знизу — 20 мм.

Ілюстрації (фотографії, схеми, графіки тощо) і таблиці необхідно подавати у звіті безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше або на наступній сторінці. Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій у додатках. Номер ілюстрації повинен складатися з номера розділу і порядкового номеру ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад, «Рис. 2.2» (другий рисунок другого розділу). Ілюстрації повинні мати назву, яку розміщують після номеру ілюстрації. За необхідності ілюстрації доповнюються пояснювальними даними (під рисунковий текст). Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщуються послідовно під ілюстрацією.

Цифровий матеріал, як правило, повинен оформлюватися у вигляді таблиць. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею посередині симетрично до тексту. Назву починають з великої літери, не підкреслюють, крапку в кінці не ставлять.

Заголовки граф повинні починатися з великих літер, підзаголовки з маленьких, якщо вони становлять одне речення із заголовком, і з великих – якщо вони є самостійними. Крапка в кінці не ставиться. Графу з порядковими номерами до таблиці включати не потрібно (крім випадків, коли на рядок таблиці є посилання в тексті).

Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті у такий спосіб, щоб її можна було читати без розвороту пояснювальної записки або з розворотом за годинниковою стрілкою. Якщо текст, який повторюється у графі таблиці, складається з одного слова, його можна замінити лапками, якщо з двох або більше слів, то при першому повторенні його замінюють словами «Теж» а далі лапками. Ставити лапки замість цифр, знаків, математичних та інших символів, які повторюються, не потрібно. Якщо цифрові дані в рядку не подають, то в ньому ставлять прочерк. Таблиці нумерують послідовно у межах розділу. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням номеру розділу та номеру таблиці, між якими ставиться крапка. Наприклад: «Таблиця 4.2» (друга таблиця четвертого розділу). При перенесенні частини таблиці на іншу сторінку слово «Таблиця» та її номер вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова «Продовження таблиці» і вказують її номер, наприклад: «Продовження табл. 4.2».

Рівняння і формули необхідно виділяти з тексту вільними рядками, вище і нижче кожної формули потрібно залишити не менше одного вільного рядка. Формули потрібно розміщати в середині рядка.

Пояснення символів і числових коефіцієнтів необхідно подавати безпосередньо під формулою у тій послідовності, в якій вони подані у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнту необхідно подавати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки, якщо дається пояснення одного значення формули і «де» з двокрапкою, якщо дається декілька пояснень значень формули.

Формули (якщо їх більше однієї) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номеру формули у розділі, між якими ставлять крапку. Нумери формул пишуть біля правого краю сторінки на рівні відповідної формули у круглих дужках, наприклад: (4.2) – друга формула четвертого розділу.

Відомості про джерела, які включені до списку, необхідно подавати згідно з вимогами державного стандарту.

При посиланні у тексті звіту на джерело інформації в квадратних дужках наводиться його порядковий номер у списку використаних джерел і сторінка, з якої цитується текст, наприклад: [8, с. 2].

Посилання на ілюстрації роботи вказуються порядковим номером ілюстрації, наприклад, рис. 4.2.

Посилання на формули вказуються порядковим номером формули у дужках, наприклад: «у формулі (4.2.)».

На усі таблиці звіту повинні бути посилання в тексті. При цьому слово «таблиця» у тексті пишуть скорочено, наприклад: «в табл. 4.2». У повторних

посиланнях на таблиці та ілюстрації необхідно вказувати скорочено слово «див.», наприклад: «див. табл. 4.3».

Додатки оформлюються як продовження звіту та розміщуються в порядку появи посилань на них у тексті. Кожний додаток повинен починатися з нової сторінки.

Додатки потрібно позначати великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, І, Ї, О, Ч, Ь. Наприклад: «Додаток А», «Додаток Б» тощо. Один додаток позначається як додаток А.

Оформлений згідно з вимогами звіт перевіряється і затверджується керівниками практики від бази і навчального закладу. Оцінка і підписи керівників проставляються на титульному аркуші та скріплюються печаткою підприємства.

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

З ціллю придбання практичних вмінь та навичок самостійного рішення маркетингових задач, активізації діяльності студентів та підвищення їх ініціативи, крім питань, які знаходяться у програмі практики, кожен студент отримує і виконує індивідуальне завдання.

Тематика індивідуальних завдань

1. Джерела рекламної комунікації.
2. Характеристика категорій споживачів за їхнім ставленням до нових товарів.
3. Фактори, що впливають на процес ухвалення рішення про покупку різними групами покупців.
4. Особливості реклами промислових товарів.
5. Особливості реклами споживчих товарів та послуг.
6. Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів (когнітивні,
7. емоційні аспекти рекламного впливу).
8. Психотехнологія рекламних засобів. Реклама в газеті, журналі, по радіо, по телебаченню, зовнішня реклама, транзитна реклама.
9. Психографіка рекламного тексту, рекламні ілюстрації.
10. Сугь психотехнології в рекламі.
11. Психологія світла, кольору й форми в рекламі.
12. Психологічна ефективність у рекламі.
13. Методики розрахунків ефективності реклами.
14. Проблеми ефективності реклами.
15. Реклама як метод керування людьми.
16. Внутрішні й зовнішні фактори (подразники), психологічний настрій, зовнішня поведінка.
17. Методи впливу й переконання в рекламній діяльності.
18. Процес впливу й сприйняття реклами.
19. Творчі раціональні й емоційні рекламні стратегії.
20. Міжнародна реклама. Міжнародний кодекс рекламної практики і його значення в рекламній діяльності.
21. Сучасна реклама й культура.
22. Роль фірмового стилю в рекламі. Носії фірмового стилю.
23. Товарні знаки: структура, вимоги до створення.
24. Переваги й недоліки різних способів створення товарних знаків.
25. Загальна характеристика рекламного ринку.
26. Особливості закордонної реклами.
27. Розробка планів та бюджетів рекламної діяльності фірми – виробника товарів.
28. Методи підрахунку витрат на рекламну діяльність рекламодавців
29. Перспективи розвитку рекламної діяльності в діяльності телекомунікаційних підприємств.

7. ЗАНЯТТЯ ТА ЕКСКУРСІЇ

У період ознайомчої практики можливо проведення різноманітних занять: участь у семінарі, практичній роботі, участь студентів у проведених на базі практики сесіях рад і їхніх виконкомів, нарадах, конференціях і різноманітних привселюдних заходах.

Тематика занять може включати:

– освітлення питань організації роботи структурних підрозділів; порядок підготування і проведення сесій, нарад, конференцій; аналіз ходу виконання директивних рішень, регіональних і місцевих програм різноманітного рівня і напрямків;

– організаційні і методичні питання щодо підготування і прийняття рішень з питань маркетингу; оглядова інформація про діяльність відділу маркетингу і т.п.

Рекомендується брати участь у проведених на базі ознайомчої практики планових семінарах, нарадах і т.п., збираючи при цьому матеріали і дані з питань, що надано в загальному та індивідуальному завданнях.

Рекомендована тематика семінарів:

- 1) Реклама – це основа маркетингових комунікацій.
- 2) Особливості рекламного дослідження ринку в порівнянні з маркетинговими дослідженнями.
- 3) Значення психологічного фактору в рекламному менеджменті.
- 4) Умови ефективної рекламної взаємодії між рекламодавцем та покупцем.
- 5) Місце реклами в діяльності рекламодавців, які виробляють послуги телекомунікаційного призначення.
- 6) Традиційні та нетрадиційні інструменти управління корпоративною репутацією.

Екскурсії під час практики проводяться з метою надбання студентами найбільш повної уяви про особливості діючої оргструктури, взаємодію стійких та гнучких структурних складових, використання принципів субординації в системі управління та стилів керівництва.

Під час практики для студентів можуть проводитися екскурсії та огляди з метою більш повного уявлення про базу практики, її структуру, знайомства з керівниками, оснащеністю їх робочих місць оргтехнікою і документацією та індивідуальним досвідом роботи керівника організації або структурного підрозділу.

8. ФОРМИ І МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Поточний контроль виконання програми ознайомчої практики проводиться щотижня керівниками від кафедри й організації бази практики шляхом перевірки щоденних записів у щоденник практики і ступеня освоєння обсягів і термінів, передбачених календарним графіком.

Керівник практики від кафедри розглядає й оцінює звіт студента, дає відгук з рекомендацією до захисту перед кафедральною комісією. У разі суттєвих відхилень виконаного звіту від вимог його повертають для доопрацювання. Захист звіту з практики приймає комісія, яка призначається завідувачем кафедри. Студент готує до захисту доповідь та ілюстративний матеріал у вигляді таблиць, рисунків, які уточнюють результати дослідження, основні узагальнення та пропозиції, що містяться у звіті. За результатами захисту виставляється оцінка, яка фіксується на титульному аркуші звіту.

Підсумковий контроль проводиться наприкінці ознайомчої практики шляхом співбесіди зі студентом по всіх розділах програми і має на меті підготування якісного звіту по практиці.

При упорядкуванні звіту варто уникати буквального переписування матеріалів бази практики (її історії, статутів, положень, законів і інших нормативних матеріалів, схем, таблиць і т.п.), що входять у додатки (архів) звіту, і цитування літературних джерел.

Звіт з практики захищається студентом (з диференційованою оцінкою) перед комісією, призначеною завідувачем кафедри. До складу комісії входять керівники практики від навчального закладу і від баз практики.

Звіт після захисту передається на збереження до архіву. У разі негативної оцінки комісією результатів практики та поданих матеріалів студента відраховують з університету.

9. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ТА ОЦІНКА КОМПЕТЕНТНОСТІ

Студент має підтвердити відповідну підготовку й оцінку здібностей і навичок виконання виробничих функцій.

Оцінка здібностей і навичок повинна:

- проводитися на основі критеріїв оцінки компетентності для виробничих функцій, визначених для первинної посади в конкретній галузі економічної діяльності;

- забезпечувати, щоб стажист виконував обов'язки первинної посади відповідно до Кваліфікаційної характеристики конкретної посади.

Оцінка компетентності повинна охоплювати не тільки першочергові технічні вимоги до роботи, конкретних навичок і задач, які повинні виконуватися, але і відбивати більш широкі аспекти, щоб відповідати повною мірою тому, що очікується від компетентної роботи кандидата на одержання диплома. Ці аспекти включають відповідні знання, теорію, принципи і пізнавальні навички, що, у різному ступені, підводять фундамент під усі рівні кваліфікації. Вони також охоплюють професійні навички в тім, що робити, як і коли робити, і чому це потрібно робити. При адекватному їх застосуванні, це забезпечить кандидату можливість:

- працювати компетентно на різних посадах і в широкому спектрі обставин;
- передбачати, бути готовим і працювати в умовах надзвичайних ситуацій;
- адаптуватися до нових технологій і вимог ринку праці, що змінюються.

Оцінка компетентності - це процес:

- збору достатніх, дійсних і надійних доказів знань стажиста, його розуміння і професіоналізму для виконання задач, обов'язків і відповідальності, перерахованих у Книзі реєстрації проходження переддипломної практики;
- винесення висновку про те, що доказ співвідноситься з критеріями компетентності.

Організація оцінки компетентності повинна бути такою, щоб була можливість брати до уваги різні методи оцінки, що можуть надати різні типи доказу компетентності стажиста, наприклад:

- безпосереднє спостереження за діяльністю (включаючи роботу на реальному устаткуванні);
- перевірки навичок (професіоналізму) компетентності;
- проекти і доручення;
- доказу з попереднього досвіду;
- техніка письмових, усних і комп'ютерних опитувань.

Один з перших чотирьох методів, перерахованих вище, повинен бути обов'язково використаний для забезпечення доказу придатності, здатності і готовності студента-стажиста забезпечити доказ знань і розуміння, на додаток до відповідної техніки опитування.

Виробничу переддипломну практику слід розглядати як окремий модуль і оцінювати за 100-бальною шкалою згідно ECTS.

Рейтинговий показник	Оцінка ECTS	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка у національній шкалі (запис в залікову відомість, книжку)	
				Екзамен, диф.залік, практика	Залік
90-100	A (відмінно)	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі практики, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення в практичних розрахунках, може аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця (окремих складових частин споруд, пристроїв, обладнань, технологічних процесів, механізмів, апаратних та програмних засобів тощо) на основі набутих практичних знань та умінь. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються завдань практичної підготовки, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі 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, що відносяться практичної підготовки.	Відмінно (A)	Зараховано (A)
82-89	B (добре)	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі практики, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. За час проходження практики, при виконанні індивідуальних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті у ході проходження практики	Добре (B)	Зараховано (B)
75-81	C (добре)	Студент загальному добре володіє матеріалом, знає основні. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. За час проходження практики, при виконанні індивідуальних завдань дає вичерпні пояснення положення матеріалу, що відповідають робочій програмі практики, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та використовує для рішення характерних/типових практичних завдань на професійному рівні. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань, та дати правильні відповіді про зміну результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять під час проходження практики, при виконанні індивідуальних завдань.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми практики. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре (C)	Зараховано (C)

64-74	D (задовільно)	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою практики, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень практики	Задовільно (D)	Зараховано (D)
60-63	E (задовільно)	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі практики, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань. Виконання практичних та індивідуальних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з практики	Задовільно (E)	Зараховано (E)
35-59	FX (незадовільно) з можливістю повторного складання)	Студент може відтворити окремі фрагменти з практичної підготовки. Незважаючи на те, що програму навчальної практики студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з практики у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються у процесі проходження практики	Незадовільно (FX) - запис в екзаменаційній відомості. В залікову книжку не представляється	Не зараховано (FX)- запис в екзаменаційній відомості. В залікову книжку не представляється
1-34	F (незадовільно) повторним	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної практики. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі екзамену/заліку.	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання практики	Не допущений (F) - запис в екзаменаційній відомості. В залікову книжку не представляється	Не допущений (F) - запис в екзаменаційній відомості. В залікову книжку не представляється

10. ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ

Після закінчення ознайомчої практики студенти звітують про виконання програми та індивідуального завдання. Кожний студент окремо подає на кафедру звіт (*ДОДАТОК 5*), щоденник практики, оформлені підписами і печаткою організації - бази практики, а також відгук керівника від організації про проходження ознайомчої практики, також завірений підписом і печаткою.

Звіт має містити відомості про виконання студентом усіх розділів програми практики та індивідуального завдання, висновки і пропозиції, список використаної літератури, тощо. Оформлюється звіт за загальними вимогами, які встановлені стандартом для оформлення текстових документів.

Звіт з практики захищається (із диференційованою оцінкою) студентом у комісії, призначеною завідувачем кафедри. До складу комісії входять викладач - керівник практики від кафедри і, за можливості, від бази практики.

Критерієм ефективності проходження практики є практичне засвоєння знань, умінь і навичок, передбачених програмою з практики. Виконання практичних завдань на базах практики контролюється в процесі їх подання і захисту.

Комісія приймає захист звітів студентів на базах практики в останні три дні її проходження або у навчальному закладі. Оцінка (за національною шкалою, 100-бальною шкалою та шкалою ECTS) за результати практики вноситься в відомість захисту звіту з практики, індивідуальний навчальний план та залікову книжку студента за підписами членів комісії і враховується стипендіальною комісією при призначенні стипендії разом з його оцінками за результатами підсумкового контролю.

Студенту, який не виконав програму практики з поважних причин, може бути надано право на проходження практики повторно при виконанні умов, визначених навчальним закладом. Студент, який отримав негативну оцінку з практики, відраховується з навчального закладу.

11. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

I. Основна література

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навч. посібник– Київ: ДУТ, 2019.– 262 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703>
2. Виноградова О. В., Крижко О.В. В49 «Маркетинговий менеджмент». ч.2. «Організація офісної діяльності». Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2018. – 137 с.- http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1702_36465668.pdf
3. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 146 с. - [Електронний ресурс]. Режим доступу - http://www.dut.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf
4. Окландер М.А., Жарська І.О. Поведінка споживача. Навч. пос. – К.: 2014.- 208с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1654_14738472.pdf
5. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с. Навчально-методичні матеріали в системі Moodle: <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/3/category/743/view/1656>
6. Плахотнікова Л.О. Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2019. – 108 с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1707_97507936.pdf
7. Поведінка споживачів: Посібн. для самост. роб. студ. спец. “Маркетинг” /Уклад. Л.В. Страшинська. - К.: ЕКОМЕН, 2010. - 77с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1236_77899285.pdf
8. Психологія управління. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. – Підручник. – К. « Центр учбової літератури». - 2011.-664 с. - <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/1097>
9. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань .- Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/5/category/743/view/1232>
10. Цибульська Е. І. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. – Харків: Вид-во НУА, 2018. – 320 с. - [Електронний ресурс]. Режим доступу - http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1767_46483511.pdf

II. Додаткова література

11. Бабій О.М., Малишко В.С., Пудичева Г.О. Управління вартістю підприємства: Навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, ротاپринт, 2016. – 207с.
1. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг : підручник. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
2. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент / Л.В. Балабанова. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 392 с.
3. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу : навч. посібник / О. А. Біловодська. – К. : Знання, 2008. – 376 с.

4. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посіб. – Тернопіль, 2006. – 275 с.
5. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2015. – 100 с.
6. Євтушенко Н.О. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник навчальний /Н.О. Євтушенко. - Запоріжжя: ЗНУ, 2015. – 142с.
7. Кардаш В. Я.. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В. Я Кардаш., М. Ю Антонченко— Вид. 3-тє, доп. та перероб. — К.: КНЕУ 2006. —248. Електронний ресурс.- Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/112/44/>
8. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 252 с.
9. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства / М. Я. Коробов. – Київ: Знання, 2012. – 276 с.
10. Косар Н. С. Маркетингові дослідження/ Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018.- 460 с.
11. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. посібник / Є.Крикавський, О.Похильченко, М. Фертч. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. –844 с.
12. Криковцева Н.О. Маркетингова товарна політика. Практикум.Н.О.Криковцева.- Донецьк,2004.- 49 с. Електронний ресурс.- Режим доступу: http://znannia.com.ua/product/marketingova_tovarna_politika_pidruchnik1_zatverdzen
13. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. — Вид. 2-ге, без змін. К.: КНЕУ—152 с. - [Електронний ресурс]. Режим доступу - http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1768_32663922.pdf
14. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [Навчальний посібник] / – К.: Кондор-Видавництво, 2014. – 246 с.
15. Ларіна Я. С., Рябчик А. В. Поведінка споживача. Навч. пос. – К.: 2014.- 224с.
16. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т — К. : КНЕУ, 2012. — 272с.
17. Маркетинг: підруч. для студ. вищ. навч. закл. I-II рівнів акредитації / О.М. Азарян , І.Х.Баширов, Н.О.Криковцева [та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. О.М.Азарян. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. - 343 с.
18. Маркетинговий аналіз: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2007. – 216 с.
19. Новітній маркетинг: Навч. посіб. / Є.В. Савельєв, О.С. Братко, М.Я. Матвійів та ін. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 296 с.
20. Основи маркетингу: Навч. посіб. / Чоботар С.І., Шевчик М.Г., Рябчик І.В. та ін. – К.: Наш час, 2004. – 240 с.
21. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська.–К.: Центр навчальної літератури. – 2013. – 417с.
22. Примак Т. О. Маркетинг. Навчальний посібник /Т.О.Примак. – Київ: МАУП. – 2004. – 228 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/5/category/743/view/1235>
23. Прокопенко О.В., Троян М.Ю. Поведінка споживачів: Навч. пос. – К.: ЦУЛІ-2008. – 176 с http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1419_33982150.pdf

24. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: підручник / О.С. Телетов. - 2-ге вид.– Суми: ВТД «Університетська книга», 2012. – 367 с.
25. Ткаченко Н.Б. Маркетингова товарна політика / Н.Б.Ткаченко.-К,2002.-148 с. Електронний ресурс.- Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5004>
26. Тюріна Н.М. Логістика : Навч. посіб. / Н. М.Тюріна, І.В. Гой, І.В. Бабій. – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 392 с.
27. Шканова О. М. Маркетингова товарна політика .Навч. посіб [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1416_33626047.pdf

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Journal of Consumer Behavior -[Електронний ресурс]. Режим доступу - [http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/\(ISSN\)1479-1838/](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/(ISSN)1479-1838/)
2. Journal of the Association for Consumer Research - [Електронний ресурс]. Режим доступу -<http://www.journals.uchicago.edu/toc/jacr/current/>
3. Журнал "Marketing Media Review" [Електронний ресурс]. Режим доступу - <http://mmr.net.ua/>
4. Журнал "Маркетинг в Україні" [Електронний ресурс]. Режим доступу - <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>
5. Журнал "Новый маркетинг" [Електронний ресурс]. Режим доступу - <http://marketing.web-standart.net/>
6. Портал споживача. [Електронний ресурс]. Режим доступу - www.consumerinfo.org.ua/
7. Журнал "MarketingMix" [Електронний ресурс]. Режим доступу - <http://www.mm.com.ua/>

ДОГОВІР № _____
про проведення практики студентів
вищого навчального закладу

Місто _____

« _____ » _____ 20__ р.

Ми, що нижче підписалися, з однієї сторони, _____

(повне найменування навчального закладу)

(далі – навчальний заклад) в особі _____

(посада, прізвище та ініціали)

діючого на підставі

(статут або доручення)

і, з другої сторони, _____

(назва підприємства, організації, установи тощо)

(надалі – база практики) в особі _____

(посада)

_____, діючого на підставі

(прізвище, ініціали)

_____, (далі – сторони),

(статут підприємства, розпорядження, доручення)

уклали між собою договір:

1. База практики зобов'язується:

1.1. Прийняти студентів на практику згідно з календарним планом:

№ з/п	Напрямок підготовки. Професійне спрямування/ спеціальність	Курс	Вид практики	Прізвище, ім'я по батькові студентів	Термін практики (початок-кінець)

1.2. Призначити наказом кваліфікованих фахівців для керівництва практикою.

1.3. Створити належні умови для виконання студентами програми практики, не допускати їх використання до зайняття посад та виконання робіт, що не відповідають програмі практики та майбутньому фаху.

1.4. Забезпечити студентам умови безпечної праці на конкретному робочому місці. Проводити обов'язкові інструктажі з охорони праці: ввідний та на робочому місці. У разі потреби навчати студентів-практикантів безпечних методів праці.

1.5. Надати студентам-практикантам можливість користуватися матеріально-технічними засобами та інформаційними ресурсами, необхідними для виконання програми практики.

1.6. Забезпечити облік виходів на роботу студентів-практикантів. Про всі порушення трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку та про інші порушення повідомляти вищий навчальний заклад.

1.7. Після закінчення практики надати характеристику на кожного студента-практиканта, в котрій відобразити виконання програми практики, якість підготовленого ним звіту тощо.

1.8. Надавати студентам можливість збору інформації для курсових та дипломних робіт за результатами діяльності підприємства, яка не є комерційною таємницею, на підставі направлень кафедр.

1.9. Додаткові умови _____

2. Вищий навчальний заклад зобов'язується:

2.1. До початку практики надати базі практики для погодження програму практики, а не пізніше ніж за тиждень – список студентів, яких направляють на практику.

2.2. Призначити керівниками практики кваліфікованих викладачів.

2.3. Забезпечити додержання студентами трудової дисципліни і правил внутрішнього трудового розпорядку. Брати участь у розслідуванні комісією бази практики нещасних випадків, якщо вони сталися зі студентами під час проходження практики.

2.4. Навчальний заклад зобов'язується не розголошувати використану інформацію про діяльність підприємства через знищення курсових, дипломних робіт та звітів у встановленому порядку.

2.5. Додаткові умови _____

3. Відповідальність сторін за невиконання договору:

3.1. Сторони відповідають за невиконання покладених на них обов'язків щодо організації і проведення практики згідно із законодавством про працю в Україні.

3.2. Усі суперечки, що виникають між сторонами за договором, вирішуються у встановленому порядку.

3.3. Договір набуває сили після його підписання сторонами і діє до кінця практики згідно з календарним планом.

3.4. Договір складений у двох примірниках: по одному – базі практики і вищому навчальному закладу.

3.5. Місцезнаходження:

навчальний заклад: _____

база практики: _____

Підписи та печатки

Від навчального закладу:

Від бази практики:

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

М.П. «___» _____ 20__р.

М.П. «___» _____ 20__р.

ДОДАТОК 2



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний університет
телекомунікацій
03680, м. Київ, вул. Солом'янська, 7
тел. (044) 248-85-97,
факс (044) 248-85-78

MINISTRY OF EDUCATION
AND SCIENCE OF UKRAINE
State University of
Telecommunications
03680, Kiev, Solomenskaya Str., 7
Tel. 38(044) 248-85-97
fax 38(044) 248-85-78

Від _____ № _____

.....
.....
.....

НАПРАВЛЕННЯ НА ПРАКТИКУ

(є підставою для зарахування на практику)

Згідно з угодою від „___” _____ 20__ року № _____, яку укладено з

(повне найменування підприємства, організації, установи)
направляємо на практику студентів _____ курсу, які навчаються за спеціальністю
(спеціалізацією)

Назва практики _____

Строки практики з „___” _____ 20__ року

по „___” _____ 20__ року

Керівник практики від ДУТ _____

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

ПРІЗВИЩА, ІМЕНА ТА ПО БАТЬКОВІ СТУДЕНТІВ

М.П.

Директор ННІМП

С.А. Федюнін

Державний університет телекомунікацій

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

(вид і назва практики)

студента

(прізвище, ім'я, по батькові)

Інститут, факультет,
відділення _____

Кафедра, циклова комісія

Освітньо-кваліфікаційний
рівень _____

Напрямок підготовки

Спеціальність _____
(назва)

_____ курс, група _____

Студент _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, в організацію, установу.

Печатка
підприємства, організації, установи „___” _____ 20__ року

(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи.

Печатка
підприємства, організації, установи “___” _____ 20__ року

(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Календарний графік проходження практики

№ з/п	Назви робіт	Тижні проходження практики					Відмітки про виконання
		1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	6	7	8

Керівники практики:

від Державного університету телекомунікацій

(назва вищого навчального закладу)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

від _____

(назва підприємства, організації, установи)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Примітки:

1. Форму призначено для визначення завдань на практику, проведення поточних записів набутих вмінь при виконанні роботи, оцінки результатів практики. Заповнюється студентом особисто, крім розділів відгуку про роботу студента на практиці.

2. Вищими навчальними закладами можуть вноситися зміни до форми та змістового наповнення «Щоденника практики» залежно від специфіки та профілю вищого навчального закладу.

3. Формат бланка – А5 (148×210 мм), брошура 8 сторінок разом з обкладинкою з карткового паперу.

Кутовий штамп
(підприємства,
організації, установи)

Ректору Державного університету
телекомунікацій

ПОВІДОМЛЕННЯ

Студент Державного університету телекомунікацій

(повна назва вищого навчального закладу)

(прізвище, ім'я, по батькові)

(навчальна група, спеціальність)

прибув «___» _____ 20__ року до _____

(назва підприємства, організації, установи)

і приступив до практики.

Наказом по _____

(назва підприємства, організації, установи)

від «___» _____ 20__ року № _____ студент зарахований на посаду _____

(штатну, дублером, штатну роботу, практикантом)

(штатні посади назвати конкретно)

Керівником практики від _____ призначено

(назва підприємства, організації, установи)

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____

(назва підприємства, організації, установи)

(підпис)

М.П.

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

«___» _____ 20__ року

Керівник практики від ДУТ _____

(назва кафедри, циклової комісії)

(підпис)

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

«___» _____ 20__ року

МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ
Кафедра маркетингу

ЗВІТ

про проходження ознайомчої практики

студента _____

_____ курсу, групи _____

(прізвище, ім'я студента)

(місце проходження практики)

Керівник практики
від підприємства

(прізвище, підпис)

Керівник практики
від університету

(прізвище, підпис)

Київ
201__