

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Волинський національний університет імені Лесі Українки**  
**Факультет економіки та управління**  
**Кафедра маркетингу**

**СИЛАБУС**

**НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА**

*підготовки бакалавра*  
*галузі знань 07 Управління та адміністрування*  
*спеціальності 075 Маркетинг*  
*освітньо-професійної програми Маркетинг*

**Силабус освітнього компонента НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА** підготовки бакалавра у галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, за освітньо-професійною програмою Маркетинг.

**Розробник:** ЛЯЛЮК А. М., доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент

**Погоджено:**

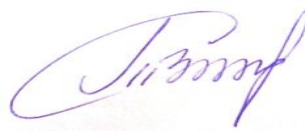
Гарант освітньо-професійної програми:



Алла ЛЯЛЮК

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри маркетингу протокол №1 від 08.09.2023 р.

Завідувач кафедри



Тетяна САК

## I. Опис практики НАВЧАЛЬНА

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика виду практики
Денна форма навчання	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг Маркетинг Бакалавр	Рік навчання 1
Кількість годин/кредитів ECTS 180/6		Семестр 1
		Консультації 12 годин
		Самостійна робота 168 годин
		Форма контролю: залік
Мова навчання	Українська	
Сторінка курсу в MOODLE	<a href="https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=2500">https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=2500</a>	

## II. Інформація про викладача

Лялюк Алла Миколаївна, к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу  
 Контактна інформація (097 442 3469 allalyalyuk@gmail.com)  
 Години консультацій Середа з 13.00 до 14.00 протягом 1-го семестру. Ауд G-409

## III Опис навчальної практики

**1.Анотація практики** Навчальна практика для студентів освітньо-професійної програми Маркетинг є важливим етапом навчального процесу у вищому навчальному закладі з метою формування у здобувачів освіти активного ставлення до здобуття високого рівня наукових і професійних знань, умінь і навичок для майбутньої практичної діяльності в сфері маркетингу. Навчальна практика є практикою професійного спрямування, а саме – основою уявлення про майбутню професію, вивчення професійних (фахових) функцій майбутніх фахівців у різних сферах маркетингу, тому і передбачено її проходження здобувачами освіти 1 курсу на протязі 1-го семестру. Навчальна практика є необхідною складовою закріплення та поглиблення теоретичних знань, набуття здобувачами умінь і навичок проведення практичних та наукових досліджень на основі теоретичних знань, одержаних впродовж вивчення освітнього компонента «Вступ до фаху» для формування загальних та фахових компетентностей

**2. Мета і завдання практики** Мета навчальної практики – ознайомлення студентів з особливостями обраної спеціальності та організації підготовки фахівців даного профілю у вищому навчальному закладі, набуття необхідних практичних навичок опрацювання наукової та учбової літератури для формування загальних та фахових компетентностей.

**Завданнями навчальної практики є:** ознайомлення з кваліфікаційними вимогами до працівників у галузі маркетингу, з організаційною структурою Волинського національного університету імені Лесі Українки, з професійними вимогами до бакалавра у галузі маркетингу, з особливостями організації навчальної та науково-дослідної роботи на факультеті економіки та управління; закріплення теоретичних знань з маркетингу і набуття умінь їхнього практичного застосування; вивчення організаційно-правових та економічних умов функціонування підприємств, установ та організацій у галузі маркетингу.

**3. Результати навчання (Компетентності)** За результатами навчальної практики студенти будуть компетентними у таких питаннях:

***Інтегральна компетентність***

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.

#### *Загальні компетенції*

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 14 Здатність діяти соціально відповідально і свідомо

#### *Фахові компетенції*

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

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

#### *Програмні результати навчання*

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

**IV. Структура навчальної практики**  
**(Етапи практики)**  
**2-16 т.**

Етапи	Зміст, основні завдання, тривалість	Термін виконання	Кількість годин		
			Всього	Сам.роб.	Конс.
1. Підготовчий	Ознайомлення студентів з метою та завданнями практики, змістом практичних занять, веденням щоденника. Видача індивідуальних завдань	1-ий тиждень	4	2	2
3. Основний	<b>1. Історичний процес розвитку маркетингу як економічної діяльності людини.</b>	2-4 тиждень	23	22	1
	1.1 Процес управління маркетингом на підприємствах та організаціях.	2-4 тиждень	5	4	1
	1.2 Еволюція маркетингу в світі.	2-4 тиждень	5	5	-
	1.3 Взаємозв'язок маркетингу з іншими дисциплінами	2-4 тиждень	4	4	-
	1.4 Характеристика маркетингових друкованих видань в Україні.	2-4 тиждень	4	4	-
	1.5 Основні еволюційні процеси зародження, становлення та розвитку маркетингу в Україні.	2-4 тиждень	5	5	-
	<b>2 Маркетинг як сфера наукового пізнання</b>	5-6 тиждень	26	25	1
	2.1 Організаційні структури служби маркетингу.	5-6 тиждень	4	4	-
	2.2 Наукові школи маркетингу.	5-6 тиждень	5	4	1
	2.3 Філіп Котлер - основоположник сучасної теорії управління маркетингом.	5-6 тиждень	4	4	-
	2.4 Особливості американської та європейської шкіл маркетингу.	5-6 тиждень	4	4	-
	2.5 Основні наукові функції маркетингу..	5-6 тиждень	5	5	-
	2.6 Концепції маркетингу та етапи її еволюції.	5-6 тиждень	4	4	-
	<b>3. Види маркетингу</b>	7-8 тиждень	14	13	1
	3.1 Види маркетингу залежно від сфери реалізації маркетингової діяльності.	7-8 тиждень	5	5	-

3.2 Види маркетингу залежно від стану попиту.	7-8 тиждень	4	4	-
3.3 Особливості електронного маркетингу.	7-8 тиждень	5	4	1
<b>4.Комплекс маркетингу</b>	9-10 тиждень	21	20	1
4.1 Маркетинг-мікс («чотири Р»): продукт, ціна, комунікація, дистриб'юція..	9-10 тиждень	5	4	1
4.3 «Сім Р»: продукт, ціна, комунікація, дистриб'юція, люди, процеси, фізична наявність.	9-10 тиждень	4	4	-
4.4 Маркетингова товарна політика підприємства та її основні напрями.	9-10 тиждень	4	4	-
4.5 Чинники, що впливають на цінову політику підприємства.	9-10 тиждень	4	4	-
<b>5.Сучасні проблеми маркетингу</b>	11-12 тиждень	19	18	1
5.1 Особливості глобального маркетингу.	11-12 тиждень	4	4	-
5.2 Особливості екологічного маркетингу	11-12 тиждень	4	4	-
5.3 Система маркетингу в сучасній діяльності підприємства.	11-12 тиждень	6	5	1
5.4 Сутність брендингу як елемент маркетингової діяльності.	11-12 тиждень	5	5	
<b>6.Маркетингова політика підприємства</b>	13-14 тиждень	28	26	2
6.1 Процес сегментації ринку і позиціонування товару.	13-14 тиждень	4	4	-
6.2 Основні види маркетингових досліджень.	13-14 тиждень	6	5	1
6.3 Сутність збутової політики підприємства.	13-14 тиждень	4	4	-
6.4 Сутність маркетингової логістики.	13-14 тиждень	5	4	1
6.5 Суть і зміст маркетингової комунікації підприємства.	13-14 тиждень	5	5	-
6.6 Реклама як інструмент здійснення маркетингових комунікацій	13-14 тиждень	4	4	-
<b>7.Сфери працевлаштування та фахові професії випускника спеціальності «Маркетинг»</b>	15 тиждень	42	40	2

	7.1 Сучасні тенденції ринку працевлаштування фахівців спеціальності «Маркетинг».	15 тиждень	5	5	-
	7.2 Особливості професійної діяльності фахівця з маркетингу у сфері досліджень і консалтингу.	15 тиждень	6	5	1
	7.3 Специфіка професії бренд-менеджера та менеджера торгової марки.	15 тиждень	5	5	-
	7.4 Основні характеристики професійної діяльності менеджера з продажів.	15 тиждень	6	5	1
	7.5 Специфіка професії мерчандайзера.	15 тиждень	5	5	-
	7.6 Специфіка роботи менеджера у сфері розподілу та логістики.	15 тиждень	5	5	-
	7.7 Робота фахівців сфери маркетингових комунікацій.	15 тиждень	5	5	-
	7.8 Особливості SMM-маркетолога.	15 тиждень	5	5	-
4.Підсумковий	Захист результатів виконання завдань практики	згідно розкладу	3	2	1
Разом			180	168	12

Вимоги до оформлення звіту з навчальної практики розміщені у Методичних вказівках до виконання звіту з навчальної практики <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=1970> та на сайті кафедри маркетингу <https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2024-01/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D0%B2%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%96%D0%B2%D0%BA%D0%B8.pdf>

## В. Політика оцінювання

### *Політика щодо академічної доброчесності*

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі звіти з практики перевіряються на наявність плагіату.

Здобувачам освіти потрібно пройти безкоштовний курс академічної доброчесності в університеті <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/>

Належним чином оформлений звіт кожен здобувач освіти повинен здати після закінчення практики на перевірку керівникові практики від кафедри.

За результатами перевірки звіту, його захисту здобувачем освіти, а також спостереження за виконанням календарного графіку проходження практики надається детальна характеристика роботи здобувача освіти при отриманні практичних знань, що виражається

виставленням комплексної диференційованої оцінки в залікову відомість і одночасно в залікову книжку кожного здобувача освіти.

#### *Політика щодо дедлайнів та перескладання*

Здобувач освіти, який не дотримався вимог (завдань та графіка проходження практики), що отримав негативний відгук керівників та незадовільну оцінку під час захисту (що фіксується у відомості), направляється на практику під час канікул або відраховується з навчального закладу у встановленому порядку. Здобувач освіти, який повністю не виконав графік та завдання практики з поважних причин (тривала хвороба, тощо, що підтверджується відповідними документами) повинен написати заяву, на підставі якої наказом продовжується термін проходження практики. Після її завершення захист звіту проводиться на загальних підставах.

### **VI. Оцінювання результатів практики**

До захисту допускаються здобувачі практики, які представили у повному обсязі **звіт про проходження навчальної практики** та заповнений щоденник практики з підписом керівника практики від університету. Зареєстрований звіт передається на перевірку керівнику практики від університету. За результатами перевірки складається рецензія. Відзначені в рецензії недоліки повинні бути усунені, матеріали подані на повторну перевірку. Захист звіту з практики приймає комісія, яку призначає завідувач кафедри з числа викладачів, з обов'язковим включенням до комісії керівника практики від університету. За результатами захисту виставляють диференційовану оцінку. Отримана здобувачем підсумкова оцінка у балах фіксується у 100-бальній шкалі з використанням Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) Захищений звіт про проходження навчальної практики зберігається на кафедрі.

Оцінювання відбувається згідно Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 30.08.2023 р. [https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2023-09/2023\\_Polozh\\_pro\\_otzin.pdf](https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2023-09/2023_Polozh_pro_otzin.pdf)

#### **Система оцінювання знань студентів з навчальної практики**

	<b>Зміст роботи, що оцінюється</b>	<b>Кількість балів</b>
1	<b>Теоретична підготовка:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– знання базової термінології;</li><li>– володіння методами здійснення аналітичних та прикладних досліджень;</li><li>– вільне оперування інструментами та методиками, обраними для виконання власних досліджень.</li></ul>	15
2	<b>Оцінювання процесу проходження практики:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– дотримання термінів оформлення документації;</li><li>– повнота зібраної інформаційної бази (звітності, нормативної документації тощо);</li><li>– дотримання плану-графіка проходження практики.</li></ul>	15



3	<b>Якість виконання завдань практики:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– глибина аналізу;</li> <li>– інформативна та змістова наповненість розділів звіту;</li> <li>– коректність розрахунків;</li> <li>– обґрунтованість висновків та пропозицій.</li> </ul>	20
4	<b>Оцінювання звітної та допоміжної документації:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– дотримання визначеної силабусом структури звіту;</li> <li>– якість оформлення щоденника та звіту з практики;</li> <li>– характеристика керівника практики;</li> <li>– наявність звітної документації у додатках до звіту, наявність коректних посилань;</li> <li>– відсутність плагіату (допустимий рівень при перевірці);</li> <li>– дотримання вимог до оформлення звіту з практики.</li> </ul>	30
5	<b>Захист звіту з практики</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– зміст доповіді-презентації;</li> <li>– креативність підходу до оформлення доповіді-презентації;</li> <li>– вільне володіння матеріалом під час захисту;</li> <li>– ґрунтовні відповіді на запитання комісії з захисту звітів з практики.</li> </ul>	20
<b>Разом</b>		<b>100</b>

#### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

#### Критерії оцінювання

Сума балів за 100-ю шкалою	Оцінка	Критерії оцінювання
90-100	відмінно	Виставляється за якісно складений, відповідно вимогам, звіт про проходження практики, повністю розкритий зміст проходження практики за всіма розділами, що передбачені програмою практики, наявність відмінної оцінки звіту про практику керівника практики, надання студентом розширених, чітких і повних відповідей на запитання членів комісії під час захисту звіту з навчальної практики.

82-89	дуже добре	Виставляється за якісно складений звіт про проходження навчальної практики, чітко розкритий зміст проходження практики за всіма розділами, що передбачені програмою практики, наявність позитивної оцінки звіту про практику керівника, надання студентом вірних відповідей на запитання членів комісії під час захисту звіту з практики.
75-81	добре	Виставляється за чітко розкритий зміст проходження практики за всіма розділами, що передбачені програмою практики, наявність позитивної оцінки звіту про практику керівника практики, надання студентом вірних відповідей на запитання членів комісії під час захисту практики, але які мають незначні неточності при формуванні.
67-74	задовільно	Виставляється за поверхнево розкритий зміст проходження практики за питаннями, що передбачені програмою практики, за окремими розділами відсутній аналіз показників, що характеризують господарську діяльність підприємства, наявність задовільної оцінки звіту про практику керівника практики, надання студентом відповідей на запитання членів комісії під час захисту практики, які мають поверхневий та неточний характер.
60-66	достатньо	Виставляється за складений звіт про проходження виробничої практики, поверхнево розкриті питання проходження практики, що передбачені програмою практики, за окремими розділами відсутній аналіз показників, що характеризують господарську діяльність підприємства, наявність задовільної оцінки звіту про практику керівника практики із задовільною оцінкою, надання студентом відповідей на запитання членів комісії під час захисту практики, які мають поверхневий та неточний характер. По окремих питаннях студент дає помилкові відповіді.
1-59	незадовільно з можливістю повторного захисту	Проставляється за невиконання програми практики, частковий розгляд питань, передбачених програмою практики, у випадку незадовільної оцінки керівника практики щодо проходження практики студентом, негативної характеристики керівника, а також у випадку неточних та нечітких відповідей під час захисту, що свідчить про невиконання студентом цілей і завдань практики.

## VII. Підсумковий контроль

Залік відбувається у формі захисту звіту з практики. Максимальна оцінка 100 балів. Залік проводиться згідно розкладу.

## VIII. Рекомендована література

### Основна

1. Павлова О., Лялюк А., Букало Н. Вступ до спеціальності: курс лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2022. 84 с.
2. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Рекомендовано до друку, Гриф ВНУ імені Лесі Українки, рішення Вченої Ради (протокол № 7 від 26.05.22 р.) Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
3. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. Голос України. 2017. 27 верес. (№ 178-179) 2. Волинський національний університет імені Лесі Українки : веб-сайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk> 3. Статут Волинського національного університету імені Лесі Українки : веб-сайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk/statut-snu-imeni-lesi-ukrayinki>
4. Стратегія розвитку Волинського національного університету імені Лесі Українки : вебсайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk/strategiya-rozvitku-shidnoievropeyskogo-nacionalnogo-universitetuimeni-lesi-ukrayinki>

5. Програма реалізації стратегії Волинського національного університету імені Лесі Українки протягом 2020-2024рр.: веб-сайт URL: <https://vnu.edu.ua/uk/programa-rozvitkushidnoievropeyskogo-nacionalnogo-universitetu-imeni-lesi-ukrayinki-na-2020-2024>
6. Кодекс академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки: веб-сайт URL: <https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Kodeks-akademichnoyidobrochesnosti.pdf>
7. Положення «Про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у науководослідній діяльності науково-педагогічних працівників ВНУ імені Лесі Українки» : веб-сайт URL: <https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Polozhennya-Antyplagiat.pdf>
8. Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2010, ДК 009:2010. URL:[http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10\\_i.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html)
9. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <http://www.svb.org.ua/publications/kontseptsiya-natsionalnoi-strategii-sotsialnoi-vidpovidalnostibiznesu>
10. Котлер Ф. Основи маркетингу. Видавничий дім «Вільямс». 2019. 496 с.
11. Кузьмін Е. Е. Маркетинг: підручник і практикум для СПО. 2017. 124 с.
12. Кармінська-Белоброва М.В. Конспект лекцій з дисципліни «Вступ до спеціальності» для студентів денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Х.: НТУ «ХП», 2018 р. С. 128.
13. Писаренко Л., Царьова Т.А., Кофанов Є. Маркетинг. Вступ до спеціальності: навчально-методичний комплекс дисципліни: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», перший (бакалаврський) рівень вищої освіти. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 82 с
14. Удріс, Н. Рекламна комунікація: навч. посіб. Київ: Спринт-Сервіс, 2014. 127 с.
15. Андрєєва В.М., Кайлюк Є.М., Шаповаленко Д.О. Маркетинг і поведінка споживача на ринку комунальних послуг: навч. посіб. Харків: ХНАМГ, 2007. 150 с.
16. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 №1023-ХІІ (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>

*Додаткова*

17. Котлер Ф. Армстронг Г. Котлер Ф. Маркетинг [пер. з англ.] Київ: Науковий світ, 2022 Видавничий дім Вільямс, 2001. 608 с.
18. Лялюк А. М. Роль міжнародного маркетингу в глобальному підприємстві. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Луцьк : Вежа-Друк, 2020. № 4 (24) URL:<https://echas.vnu.edu.ua/index.php /echas/article/ view/633 DOI: https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-04-46-53>
19. Букало Н.А., Новицька Ю.В. Особливості обліку торговельних знижок на підприємствах торгівлі та відображення їх у фінансовій звітності // Економіка та суспільство. Мукачєво: 2016. №2. С. 715-719. Режим доступу до журналу: <http://economyandsociety.in/ua>

*Інформаційні ресурси*

1. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuiv.gov.ua/>
2. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
3. Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>
4. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
5. Державний служба статистики URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>

7. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>.
8. Українська Асоціація Маркетингу (УАМ) Офіційний сайт  
URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
9. Онлайн-дослідження Kantar Україна. URL: <http://uam.in.ua/upload/iblock/84c/14.pdf>