

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**Методичні рекомендації  
до наскрізної програми практики  
для студентів спеціальності "Маркетинг"  
денної форми навчання**

**Харків. Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014**

Затверджено на засіданні кафедри економіки та маркетингу.  
Протокол № 4 від 14.10.2013 р.

**Укладач** Рожко В. І.

**M54**        Методичні рекомендації до наскрізної програми практики для студентів спеціальності "Маркетинг" денної форми навчання / укл. В. І. Рожко. – Х. : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. – 24 с. (Укр. мов.)

Подано програму практики підготовки бакалаврів і магістрів та її зміст за відповідними видами практики, методичні рекомендації щодо закріплення знань і вимоги до оформлення звіту.

Рекомендовано для студентів економічних спеціальностей.

## Вступ

Наскрізна програма відображає організацію і методичні рекомендації щодо проведення усіх видів практик і збору інформації як складової частини навчального процесу підготовки бакалаврів та магістрів зі спеціальності "Маркетинг".

Перехід економіки України від адміністративно-командної системи до ринкових відносин зумовлює необхідність визначення нових підходів до вирішення проблеми ефективності економіки, якості життя населення. Серед цих проблем значної уваги набувають проблеми, пов'язані з управлінням маркетингової діяльності на підприємствах. Підготовка фахівців із маркетингу – основа економічного розвитку підприємств в умовах ринкової економіки, і від ефективності управління маркетингової діяльності на підприємстві залежать як загальні показники, що характеризують ефективність діяльності підприємства, так і його конкурентоспроможність у цілому.

Управління маркетингом, теорія та практика управління маркетингом на підприємствах (організаціях), яка діє в умовах ринкової економіки, передбачає створення умов для його ефективного функціонування та розвитку господарської діяльності. Тому для здійснення ефективного управління необхідно враховувати всі організаційні аспекти, вплив різних чинників макро- та мікросередовища, і, особливо, "фактор попиту та пропозиції". Важлива в цьому процесі роль маркетолога, який здійснює управління та планування діяльності підприємства на ринку.

Формування конкурентоспроможного спеціаліста, теоретичні знання якого сприятимуть підвищенню ефективності маркетингової діяльності на вітчизняних підприємствах, неможливо без набуття практичних вмінь та навичок під час навчання у вищому навчальному закладі. Оволодіти необхідними вміннями і навичками студентам дає можливість навчальна, виробнича, технологічна та переддипломна практики. Кожна з практик має свою мету та складові, але основна мета полягає у ознайомленні студентів з діяльністю підприємств, роботою підрозділів; дослідженні виробничого процесу; набутті основ роботи з документацією; проведенні аналізу використання потенціалу підприємства; розробленні відповідних висновків за результатами аналізу та заходів щодо поліпшення управління маркетингом на підприємствах.

Практика як одна з форм підготовки бакалаврів та магістрів до майбутньої професійної діяльності займає одне із центральних місць у навчальному процесі.

Наскрізна програма підготовлена відповідно до навчального плану бакалаврів та магістрів із метою створення єдиного методичного і організаційного напрямку усіх видів практик студентів спеціальності "Маркетинг".

Основою створення наскрізної програми виробничих практик стало затверджене Наказом Міністра освіти і науки України "Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України" № 93 від 08.04.1993 р.

Програма є основним документом, на базі якого розробляються програми всіх видів практики. Наскрізна програма містить інформацію про всі види практики: навчальну, ознайомлювальну, виробничу та переддипломну практики.

## **1. Навчальна практика "Університетська освіта"**

Університетська освіта, як навчальна практика, є важливим джерелом знань, умінь та навичок, які отримує студент у процесі проходження даної практики. Університетська освіта на сучасному етапі розвитку передбачає визначення нових форм та підходів щодо процесу навчання у вищому навчальному закладі за напрямом підготовки "Маркетинг".

### **Мета та завдання практики**

**Мета практики** – це підготовка студентів до навчання в університеті відповідно до сучасних інтеграційних процесів у міжнародній освіті в контексті Болонської декларації та формування у студентів необхідних комунікативних компетентностей.

**Об'єктом практики** є процес навчання в університеті відповідно до сучасних інтеграційних процесів у міжнародній освіті.

**Предметом навчальної практики "Університетська освіта"** є організація професійної підготовки фахівців із вищою освітою за напрямом підготовки "Маркетинг".

**Завдання практики.** У результаті проходження практики студенти повинні:

володіти основами університетської освіти в контексті Болонського процесу;

володіти знаннями щодо організації навчального процесу в університеті;

вміти користуватися бібліотекою університету та її фондами;

орієнтуватися в соціально-культурній інфраструктурі університету;

володіти принципами студентського самоврядування.

**Форми проведення занять.** Лекційні заняття, практичні заняття, самостійна робота та індивідуальні заняття.

**Форми контролю.** Самостійна робота, есе та звіт із практики. Підсумкова оцінка складається з результатів поточного контролю.

## **Зміст практики**

**Змістовний модуль 1. Сутність та особливості загальноєвропейської системи вищої освіти.**

Тема 1. Університетська освіта в контексті Болонського процесу.

Тема 2. Фундаменталізація та індивідуалізація підготовки фахівців із вищою освітою.

**Змістовний модуль 2. Організація навчального процесу у Харківському національному економічному університеті.**

Тема 3. Організація навчального процесу в університеті.

Тема 4. Фахова підготовка у вищому навчальному закладі: вступ до фаху.

Тема 5. Бібліотека університету і правила користування її фондами.

Тема 6. Соціально-культурна інфраструктура університету.

Тема 7. Студентське самоврядування як невід'ємна складова демократизації вищої школи.

## **2. Ознайомлювальна практика**

### **Мета та завдання практики**

Ознайомлювальна практика студентів є органічно взаємозалежною частиною навчального процесу, найважливішим етапом підготовки студента, однією з основних складових для подальшого вивчення економічних навчальних дисциплін.

З перших курсів навчання в університеті практика дає можливість вперше ознайомити майбутніх фахівців з етапами виробничої діяльності, з економікою та організацією виробництва, з процесами управління, з науковою організацією праці. Практика також дозволяє закріпити теоретичні знання, набути елементарних навичок організаторської роботи в трудовому колективі, а також кожному студентові спробувати ідентифікувати себе як майбутнього фахівця.

Після проходження ознайомлювальної практики студенти виконують звіт, розробляючи заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Практика повинна допомогти студентам в осмисленні сутності, мети і завдань ознайомлювальної практики, в оцінюванні важливості її значення в навчальному процесі, у визначенні ними місця маркетолога в організаційно-управлінській діяльності підприємства.

Ознайомлювальну практику студенти проходять на передових підприємствах (базах практики), що випускають споживчу продукцію та надають послуги населенню. Тривалість практики 1 тиждень.

**Метою практики є:**

закріплення теоретичних знань, отриманих студентами в університеті у ході вивчення профільних навчальних дисциплін;

з'ясування важливості зв'язку сучасних технологічних систем з економікою виробництва;

формування навичок і вдосконалення майстерності у виробленні й у прийнятті обґрунтованих управлінських рішень, у рішенні організаційних і технічних проблем у реальних умовах виробництва;

виховання потреби студентів у систематичному відновленні своїх знань та ініціативи творчого застосування їх у практичній діяльності;

збір вихідних матеріалів для виконання звіту.

**Завдання практики:**

вивчити дані про підприємство (найменування, місце розташування, форма власності, масштаб, тип виробництва, номенклатура виробів, що виготовляються на підприємстві, їхні функціональні особливості, конструкція, характеристики тощо);

ознайомитися з маркетинговою діяльністю підприємства (ринки збуту продукції, споживачі, обсяги і динаміка реалізації продукції, її конкурентоспроможність, шляхи підвищення конкурентоспроможності, способи збуту продукції, реклама, організація після продажного обслуговування);

вивчити організаційну структуру підприємства, маркетингового відділу, взаємозв'язок між відділами, кооперацію з іншими підприємствами;

вибрати (узгодити з керівником практики) об'єкт дослідження і зібрати докладну інформацію про нього (організаційна структура, технологічний процес виробництва, нормативні матеріали тощо);

ознайомитися з прогресивними технологічними процесами, що застосовуються на підприємстві;

вивчити питання організації робіт із механізації й автоматизації технологічних процесів;

ознайомитися з організацією контролю якості продукції на підприємстві.

## **Зміст практики**

За період проходження практики студенти повинні закріпити і пов'язати з конкретними положеннями (умовами) отримані в університеті теоретичні знання. Вони повинні ознайомитися з показниками виробничо-господарської діяльності підприємства, вивчити рівень застосовуваних маркетингових інструментів на підприємств, починаючи з розробки нового товару до виходу виробів на ринок. У ході вивчення маркетингової діяльності студенти повинні показати уміння аналізувати існуючу маркетингову діяльність із позицій сучасних вимог ринкової економіки і приймати рішення, а саме застосовувати нові, більш прогресивні маркетингові технології.

Таким чином, студенти повинні розглянути і проаналізувати існуючі на підприємствах маркетингові структури, зробити аналіз із погляду можливостей удосконалювання маркетингової діяльності, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається, та підприємства в цілому. При цьому розглядаються питання підвищення продуктивності праці, зниження собівартості, зменшення витрат матеріалів, трудових і енергетичних ресурсів при підвищенні якості і довговічності виробів з урахуванням екологічних вимог. Вихідними даними для аналізу і написання звіту є організаційна структура підприємства, технологічний процес виробництва, програма випуску виробів, нормативні матеріали тощо.

Під час проходження ознайомлювальної практики студентами повинні вирішуватися не тільки вузькотехнологічні питання. Ніякий найдосконаліший технологічний процес не може бути цілком охарактеризований без його економічного обґрунтування. Тому при проходженні практики студенти повинні одержати також чіткі уявлення про тісний зв'язок технології з економікою на конкретному матеріалі виробництва. Студенти повинні усвідомити сутність економічного обґрунтування прийнятих технологічних процесів, його вплив на рівень собівартості, економічне значення зниження витрат матеріалів, їхній вплив на рентабельність підприємства тощо.

Студенти повинні на практиці переконатися у тому, що тільки економічне обґрунтування з урахуванням екологічних вимог дозволяє знайти оптимальний варіант технологічного процесу.

### **3. Виробнича практика бакалаврів напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг"**

#### **Мета і завдання виробничої практики**

Основною метою практики є поглиблення, систематизація і закріплення теоретичних та професійних знань, здобутих у процесі навчання, розвиток умінь і навичок розв'язання прикладних завдань і науково-дослідної роботи, набуття досвіду ділового спілкування, розробки та прийняття управлінських рішень, підготовка до самостійної роботи на посадах, що потребують кваліфікації бакалавра напряму підготовки "Маркетинг".

Під час практики студенти повинні зібрати й опрацювати необхідний для виконання та для оформлення письмового звіту з практики аналітичний матеріал.

Проходженню практики передуює вивчення студентами такої спеціальної навчальної дисципліни, як "Системи технологій".

#### **Зміст виробничої практики**

Основними й обов'язковими методами роботи студентів під час проходження практики є:

ознайомлення з організаційною структурою бази практики;

дослідження місця бакалавра з маркетингу у даній організації;

ознайомлення з правами та обов'язками фахівця відділу маркетингу, відділу збуту, відділу постачань та закупівель, планово-економічного відділу, розподілом обов'язків між працівниками підрозділів, начальниками відділів. При цьому студенти повинні проаналізувати доцільність саме такого розподілу;

вивчення порядку виробничих зв'язків відділів з іншими структурними підрозділами, керівництвом та у самому відділі;

ознайомлення з планом виробництва та реалізації продукції підприємства;

ознайомлення з основними нормативними актами – колективною угодою, правилами внутрішнього розпорядку, формами бухгалтерської

звітності (форма № 1 "Баланс"; форма № 2 "Звіт про фінансові результати"; примітка № 5 до річної фінансової звітності), наказами тощо;

подання своїх пропозицій щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства;

набуття практичних навичок щодо вільного використання персональних комп'ютерів із підготовки і розв'язання конкретних економічних задач на основі сучасного програмного забезпечення операційної системи Windows, табличного процесора Excel і текстового редактора Word;

формування, набуття навичок та вдосконалення майстерності щодо вироблення і прийняття управлінських рішень з організаційних і технічних проблем у реальних умовах виробництва.

## **Організація проведення практики**

Бази практики студентів і керівники практики від університету затверджуються наказом ректора університету на основі подання відповідної кафедри за місяць до початку практики.

Керівництво практикою здійснюється ведучими викладачами кафедр та висококваліфікованими спеціалістами підприємств – баз практики.

Базами практики є як державні, так і приватні підприємства: публічні акціонерні товариства, приватні акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю. Студенти можуть самостійно запропонувати бази практики.

Бази практики повинні задовольняти такі вимоги: мати сучасний технічний і технологічний рівень виробництва, забезпечувати послідовність проведення всіх видів практики, надання необхідних даних для написання звіту.

З усіма базами практики укладаються двосторонні довгострокові договори між університетом і підприємствами.

Забезпечення студентів базами практики здійснює відділ із допомоги працевлаштування студентів і викладач, який відповідальний за практику на кафедрі.

## **Заняття та екскурсії під час практики**

Під час практики керівники практики від кафедри та від баз практики проводять зі студентами консультації та бесіди.

Керівники практики від баз практики організують студентам-практикантам консультації з фахівцями (начальником відділу маркетингу, заступником директора з економічних питань, керівниками функціональних підрозділів за фахом та ін.).

Для ознайомлення з діяльністю баз практики і повнішого усвідомлення місця і ролі бакалавра з маркетингу керівники практики від баз практики організують для студентів екскурсії підрозділами організації, де проводиться практика.

Бажано, щоб керівники практики організовували студентам групові екскурсії на інші бази практики з оглядовим ознайомленням із роботою підприємства.

Студентам слід за підсумками консультацій скласти порівняльні характеристики організації діяльності маркетингових служб, функцій і повноважень фахівців із маркетингу на різних підприємствах і в різних галузях.

## **Розробка робочої програми та проведення виробничої практики**

Робоча програма виробничої практики розробляється та затверджується на засіданні кафедри, систематично корегується і поновлюється.

Затверджена кафедрою програма і календарний графік проходження практики є єдиним і обов'язковим документом для студентів. У календарному графіку регламентується час на оформлення на підприємство і одержання перепустки; інструктаж із техніки безпеки; збір звітньо-статистичних і виробничих даних відповідно до програми для написання звіту з практики; проведення навчальних занять і екскурсій; виконання індивідуальних завдань із науково-дослідної роботи студентів (НДРС); оформлення, подання і захист звіту з практики на кафедрі.

Керівники практики від вищого навчального закладу (ВНЗ) разом із керівниками від підприємств забезпечують переміщення студентів за робочими місцями (цех, відділ, служба) відповідно до програми і графіка проходження практики.

## **Обов'язки керівників практики від університету**

За 10 – 15 днів до початку виробничої практики відповідні кафедри проводять збори зі студентами і викладачами-керівниками виробничої

практики, на яких інформують студентів про їх розподіл за базами практики і призначених керівниках від ВНЗу, календарний графік проходження практики, додержання вимог навчальної і трудової дисципліни. Крім того, кафедра з охорони праці проводить інструктаж із техніки безпеки і охорони праці.

Керівники виробничої практики від кафедри повинні (за 10 – 15 днів) вручити студенту програму, щоденники і направлення, провести загальний інструктаж; супроводити студентів на базу практики; представити їх керівникам від баз практики і переконатися в тому, що практика почалася вчасно і без перешкод; спільно з керівниками від баз практики організувати для студентів навчальні заняття, бесіди з провідними спеціалістами, екскурсії тощо; консультувати студентів із питань програми практики; спрямувати науково-дослідну діяльність студентів відповідно до вибраної теми дослідження; контролювати виконання програм практики і дотримання студентами правил внутрішнього трудового розпорядку; перевіряти звіти з практики і брати участь у складі комісій при їх захисті; систематично інформувати кафедру про хід практики, а після її закінчення скласти письмовий звіт про результати практики, висловивши зауваження і пропозиції щодо вдосконалення практичної підготовки студентів.

### **Обов'язки керівника практики від підприємств**

Керівники від підприємств знайомляться з програмою виробничої практики; призначають студентів на робочі місця; забезпечують проходження ними інструктажу з техніки безпеки і охорони праці; знайомлять із правилами внутрішнього розпорядку і особливостями роботи на конкретних робочих місцях; організують читання лекцій працівниками підприємства; створюють умови для безпосереднього якісного виконання студентами програми практики; здійснюють методичне керівництво і надають допомогу студентам в одержанні виробничої інформації для написання звіту з практики; контролюють роботу студентів і дотримання ними трудової дисципліни, ведуть облік виходу студентів на практику; перевіряють звіти з практики, дають письмові відгуки на роботу і звіти студентів з оцінкою їх ставлення до роботи, дотримання трудової дисципліни, рівня теоретичної і практичної підготовки.

## **Обов'язки студентів при проходженні практики**

Перед початком виробничої практики студенти повинні одержати на кафедрах направлення на виробничу практику, її програму і щоденники.

Після проведення кафедрою зборів і зустрічі з керівниками практики від університету студенти оформлюють і завіряють печаткою щоденники практики. В щоденниках повинен бути графік проходження практики, вказана тема і необхідний для її виконання виробничий матеріал.

До початку практики не пізніше 2 – 3 днів необхідно здати у відділ кадрів або у відділ виробничого навчання баз практики направлення на практику і 2 фотокартки 2х3 см для оформлення перепустки в разі її необхідності.

Перед початком виробничої практики студенти проходять на базі практики інструктаж із техніки безпеки.

Під час проходження практики студенти мають чітко дотримуватися правил техніки безпеки та внутрішнього розпорядку, що діють на базі практики. Режим роботи, встановлений для працівників бази практики, є обов'язковим для студентів, що проходять практику.

За порушення трудової дисципліни і правил внутрішнього трудового розпорядку студенти несуть дисциплінарну відповідальність перед адміністрацією університету та бази практики.

Студенти зобов'язані сумлінно виконувати програму практики, намагатися розширити знання та оволодіти навичками роботи в умовах виробничої практики, виконувати завдання і доручення керівників від бази практики, спрямовані на засвоєння практичних навичок діяльності фахівця з управління персоналом і економіки праці.

Одним із обов'язків студентів-практикантів є ведення щоденника практики, у якому відображаються результати виконаної роботи.

Під час проходження практики студенти складають письмові звіти про практику і своєчасно подають їх на кафедру.

## **Контроль за проходженням виробничої практики**

Виробнича практика контролюється: керівниками від ВНЗу і підприємства; завідувачами кафедри, деканатом; представниками ректорату. При цьому застосовуються оперативні заходи щодо з'ясування виявлених недоліків. Керівники від ВНЗу регулярно здійснюють перевірку наявності студентів на практиці та додержання виконання графіку проходження практики.

## **Календарний графік проходження практики**

Календарний графік проходження виробничої практики розробляється перед початком практики керівниками від університету, узгоджується з керівниками від підприємств-баз практики з урахуванням місцевих особливостей баз і контингенту практикантів.

У календарному графіку передбачається час на збір матеріалів для звіту, для курсової роботи, НДРС та для оформлення звіту з практики.

### **Вимоги до змісту та оформлення звіту з практики**

Результати проходження практики студенти оформляють як письмовий звіт. Він повинен мати чітку побудову, логічну послідовність, переконливу аргументацію, обґрунтованість рекомендацій та висновки.

Звіт складається з титульного аркуша; змісту, який містить назви усіх розділів і підрозділів звіту із зазначенням сторінок, на яких вони викладені; основної частини; висновків; списку використаних джерел; додатків.

Основна частина звіту поділяється на розділи і підрозділи, перелік і послідовність яких визначається змістом програм практики.

Звіт оформляється на сторінках формату А4 відповідно до висунутих вимог.

### **Захист звіту з виробничої практики та підведення її підсумків**

Оформлені звіти і заповнені щоденники студенти подають на перевірку керівникам від бази практики.

Керівники від бази практики ознайомлюються зі звітами. При позитивній оцінці керівники візують звіти на титульних аркушах і завіряють їх печаткою, складають відгук про звіти студентів у щоденниках практики. У відгуку дається оцінка виконання програми практики, змісту і оформлення звітів.

Не пізніше трьох днів після закінчення практики студенти подають звіти на кафедру, реєструють їх і передають керівникам від ВНЗу для перевірки і візування. Звіти повертаються на доопрацювання, якщо вони не відповідають встановленим вимогам щодо їх змісту й оформлення.

Захист звітів із практики приймає комісія, яку призначає завідувач кафедри з числа провідних викладачів кафедри.

За результатами захисту студентам за стобальною системою вис-  
тавляються оцінки, які фіксуються на титульному аркуші звітів, у відомості.

Студентам, які не виконали програму практики з поважних причин,  
може бути надане право продовження терміну практики.

Студенти, які отримали негативні оцінки з практики або не пройшли  
практику без поважних причин, відраховуються з університету.

Результати виробничої практики обговорюються на засіданнях ка-  
федр, на раді факультету й університету, на науково-методичних конфе-  
ренціях. Виявляються основні недоліки організації і проходження прак-  
тики, розробляються пропозиції і заходи щодо їх усунення.

## **4. Переддипломна практика бакалаврів напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг"**

### **Мета і завдання практики**

**Мета практики** – вивчення роботи відділів маркетингу, оволодіння  
професійними навичками і сучасними методами управління маркетинго-  
вою діяльністю підприємства та виявлення резервів щодо підвищення  
ефективності діяльності підприємства і його окремих структурних підрозділів.

#### **Завданнями практики є:**

ознайомлення з виробничою і організаційною структурами підприємства;  
аналіз основних показників його діяльності;  
набуття досвіду практичної роботи у відділах із маркетингової діяль-  
ності;

аналіз та запропонування пропозицій щодо головних напрямків  
та змісту маркетингової діяльності підприємства;

збір матеріалів для написання бакалаврської дипломної роботи.

**Зміст практики** – це вивчення виробничої та господарської діяль-  
ності підприємства, ознайомлення з роботою різних служб, відділів під-  
приємства; зокрема маркетингу, планово-економічного, збуту, відділу пос-  
тачань та закупівель. Крім того, всебічне вивчення діяльності об'єктів дос-  
лідження з метою закріплення отриманих теоретичних знань на практиці  
і можливостей їх практичної реалізації дозволять також студентам зібра-  
ти необхідну інформацію для написання бакалаврської дипломної робо-  
ти. Тематика бакалаврських дипломних робіт достатньо різноманітна і охоп-  
лює всі навчальні дисципліни.

Під час проходження практики студенти вивчають питання з управ-  
ління маркетинговою діяльністю підприємства, її стан на підприємствах-

базах практики; функції, які виконуються відповідними підрозділами щодо маркетингової діяльності.

Питання для вивчення та ознайомлення з відображенням їх у звіті з практики передбачені з нормативних навчальних дисциплін підготовки бакалаврів, а саме: "Економіка праці та соціально-трудова відносини", "Економіка підприємства", "Маркетинг".

Конкретний перелік питань з наведеного, індивідуальний для кожного студента, узгоджується з керівником від ВНЗу.

Після проходження практики студенти повинні знати:

сутність різних видів структур системи управління та функцій його окремих економічних підрозділів;

методи та засоби виконання фінансового аналізу діяльності підприємства;

засоби розробки основних напрямів розвитку маркетингової діяльності підприємства.

Студенти повинні мати такі компетентності, як:

приймати рішення з управління маркетинговою діяльністю підприємства;

оцінювати потенціал нових ринків збуту;

встановлювати фактори, що впливають на формування цін на товари та послуги;

аналізувати вплив факторів на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства;

розраховувати прибуток та проводити аналіз фінансових показників роботи підприємства, приймати управлінські рішення.

## **Структура звіту з переддипломної практики**

Звіт із практики складається із пояснювальної записки, розрахункового і графічного матеріалу. Структура пояснювальної записки наведена далі:

титульна сторінка (додаток А);

зміст;

вступ:

1) Характеристика підприємства:

характеристика товарів (робіт, послуг), що виробляє підприємство. Ринки збуту. Динаміка основних техніко-економічних показників роботи підприємства (цеху, дільниці);

- 2) аналіз фінансового стану підприємства;
  - 3) аналіз досліджуваної проблеми (вказується проблема за обраною темою дипломної роботи, перелік питань узгоджується з керівником практики від ВНЗу);
- висновки;  
література;  
додатки.

Методичні рекомендації щодо проведення аналізу фінансового стану підприємства наведено в методичних рекомендаціях до виконання дипломної роботи для студентів напряму підготовки "Маркетинг". Вихідні дані представлені у формах статистичної і бухгалтерської звітності (додаток Б).

Текстова частина повинна ілюструватися відповідними розрахунками і таблицями.

Оформлений звіт підписується керівником практики від підприємства і разом із відгуком про роботу студента подається на кафедру не пізніше трьох днів після закінчення практики.

Обсяг звіту – до 40 сторінок формату А4 (без додатків).

Звіт із практики приймається комісією, призначеною завідуючим кафедрою й оцінюється за стобальною системою. До складу комісії входить керівник практики від кафедри.

## **5. Переддипломна практика магістрів зі спеціальності 8.03050701 "Маркетинг"**

### **Мета та завдання практики**

**Мета практики** – закріплення теоретичних знань із загальних та спеціальних профілюючих навчальних дисциплін – стратегічний маркетинг, товарна інноваційна політика, маркетингова політика комунікацій та інші; набуття практичних навичок у майбутній професійній діяльності; вміння ефективно організації маркетингової діяльності та формування стратегії розвитку підприємства, засвоєння роботи з маркетингу на робочому місці на підприємстві.

**Завданнями практики є:**

- дослідження структури управління підприємством;
- аналіз основних показників діяльності підприємства;

набуття досвіду практичної роботи у відділах із маркетингової діяльності;

запропонування рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності маркетингової служби на підприємстві.

## **Зміст практики**

Переддипломна практика є одним із важливих засобів формування професійних навичок у молодих фахівців, що завершують навчання у вищому навчальному закладі й орієнтовані на роботу на підприємствах; практиканту потрібно ознайомитись із процесами планування, регулювання, контролю та змістом маркетингової діяльності підприємства; знати головні напрями та зміст маркетингової діяльності підприємства, в процесі проходження практики необхідно зібрати матеріал для написання магістерської дипломної роботи.

Особливістю практики є вибір передових в організаційно-технічному відношенні промислових підприємств. Робочими місцями можуть бути відділи маркетингу та збуту, служби стратегічного розвитку, а також пов'язані з економічним плануванням.

## **Структура звіту з переддипломної практики**

Звіт з переддипломної практики складається із пояснювальної записки, розрахункового і графічного матеріалу. Структура пояснювальної записки наведена далі:

титульна сторінка (додаток А);

зміст;

вступ:

1) вивчення напрямів діяльності підприємства (вивчення документації підприємства, методик, що використовуються в маркетинговій діяльності);

2) оцінка ефективності діяльності підприємства в аспекті досліджуваної теми;

3) розробка пропозицій щодо застосування ефективних методів діяльності підприємства;

висновки;

література;

додатки.

## Вимоги до звіту з переддипломної практики

Звіт з переддипломної практики повинен мати 40 – 50 стор. машинописного тексту (без додатків, що містять форми звітності). За структурою звіт містить:

- титульний аркуш (додаток А);
- зміст;
- вступ;
- основні розділи;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки.

У вступі розкривається сутність і стан досліджуваного питання, мета та завдання переддипломної практики, визначається об'єкт дослідження (підприємство або установа).

Основні розділи повинні мати письмові відповіді на питання програми практики.

Після розглядання кожного питання треба наводити висновки, вказувати недоліки, резерви підвищення ефективності роботи підприємства та пропонувати заходи щодо поліпшення роботи об'єкта дослідження.

У висновках наводиться стисла інформація за усіма розділами, виконаними у звіті. Особливу увагу треба приділити недолікам, "вузьким місцям", резервам підвищення використання потенціалу підприємства (цеху), взаємодії і взаємозалежності показників з іншими техніко-економічними і фінансовими показниками, оцінити адекватність планової роботи на підприємстві сучасним вимогам ринкової економіки.

Список використаних джерел має становити не менше 30-ти найменувань.

До додатків доцільно включати допоміжний матеріал, необхідний для повноти сприйняття інформації: форми статистичної і бухгалтерської звітності; таблиці допоміжних цифрових даних; опис алгоритмів і програм вирішення задач на ЕОМ, які розроблені в процесі виконання роботи; ілюстрації допоміжного характеру.

Оформлення звіту повинно відповідати стандартним вимогам.

## Рекомендована література

Азаренкова Г. М. Теоретичні та методологічні передумови управління фінансовими потоками / Г. М. Азаренкова // Комунальне господарство міст. – Вип. 44. Серія: Економічні науки. – 2002. – С. 55–60.

Акофф Р. Искусство решения проблем / Р. Акофф ; пер. с англ. – М. : Мир, 1983. – 224 с.

Афанасьев М. В. Интеграция высшей экономической освіти у европейский освітній простір / М. В. Афанасьев. – Х. : ХНЕУ, 2005. – 144 с.

Бень Т. Методологические подходы к формированию собственных инвестиционных ресурсов предприятия / Т. Бень, Я. Лоскутова // Экономика Украины. – 2003. – № 10. – С. 11–16.

Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк.– К. : МП "ИТЕМ" ЛТД, 1995. – 448 с.

Вилкас Э. Й. Решения: теория, информация, моделирование / Э. Й. Вилкас, Е. З. Майминас. – М. : Радио и связь, 1981. – 328 с.

ДСТУ 3008-95. Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення. – К. : Держстандарт України, 1995. – 36 с.

Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики : монография / Ю. Б. Иванов – Х. : РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.

Колегаев Р. Н. Экономическая оценка качества и оптимизация системы ремонта машин / Р. Н. Колегаев. – М. : Машиностроение, 1980. – 370 с.

Колот А. М. Болонський процес як засіб інтеграції і демократизації європейської вищої школи / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2005. – 236 с.

Методика (основные положения) определения экономической эффективности использования в народном хозяйстве новой техники, изобретений и рационализаторских предложений. – М. : Экономика, 1997. – 44 с.

Николаева С. А. Особенности учета затрат в условиях рынка: система "Директ-костинг": теория и практика / С. А. Николаева. – М. : Финансы и статистика, 1993. – 128 с.

Норкотт Д. Принятие инвестиционных решений / Д. Норкотт ; пер. с англ.; под ред. А. Н. Шохина. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 248 с.

Орлов П. А. Оценка эффективности инвестиций / П. А. Орлов // Экономика Украины. – 1997. – № 1. – С. 30–37.

Ценообразование и рынок / под ред. Е. Н. Пунина. – М. : Прогресс, 1992. – 440 с.

Цены и рынок / под ред. Е. Н. Пунина. – М. : Прогресс, 1992. – 428 с.

Як підготувати і захистити дисертацію на здобуття наукового ступеня. Методичні поради / за ред. Л. А. Пономаренка. – К. : Вид. "Толка", 2001. – 80 с.

Яковлев А. И. Проектный анализ инвестиций и инноваций / А. И. Яковлев. – Х. : Бизнес Информ, 1999. – 114 с.

# Додатки

Додаток А

## Титульний аркуш

Форма № Н-6.01

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

\_\_\_\_\_ (повна назва кафедри)

**ЗВІТ**  
**з (назва практики)**  
**(назва підприємства)**

на тему: \_\_\_\_\_

Студента(ки) \_\_\_\_\_ курсу \_\_\_\_\_ групи  
напряму підготовки \_\_\_\_\_  
спеціальності \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

Керівник \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис)

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

Харків, 20\_\_ рік

## Форми статистичної і бухгалтерської звітності

- 1) форма № 1 "Баланс";
- 2) форма № 2 "Звіт про фінансові результати";
- 3) примітка № 5 до річної фінансової звітності;
- 4) форма № 1-ПВ, термінова – квартальна "Звіт із праці";
- 5) форма № 3-ПВ, термінова – квартальна, "Звіт про використання робочого часу";
- 6) форма 1-ПВ (умови праці), річна "Звіт про стан умов праці, пільги та компенсації за роботу зі шкідливими умовами праці";
- 7) форма № 6-ПВ, річна, "Звіт про кількість працівників, їх якісний склад та професійні навчання";
- 8) форма № 1-П, річна "Звіт підприємства по продукції";
- 9) форма № 1 – підприємництво, річна "Звіт про основні показники діяльності підприємства";
- 10) форма № 1, термінова місячна. Терміновий звіт про виробництво промислової продукції (робіт, послуг);
- 11) форма № 1 – наука, квартальна. Звіт про виконання наукових та науково-технічних робіт;
- 12) форма № 3 – наука, річна. Показники наукової і науково-технічної діяльності;
- 13) форма № 1 – інновація, річна. Обстеження технологічних інновацій промислового підприємства;
- 14) форма № 11-03, річна. Звіт про наявність та рух основних засобів, амортизацію (знос).

## Зміст

Вступ.....	3
1. Навчальна практика "Університетська освіта".....	4
2. Ознайомлювальна практика.....	5
3. Виробнича практика бакалаврів напряму підготовки	
6.030507 "Маркетинг" .....	8
4. Переддипломна практика бакалаврів напряму підготовки	
6.030507 "Маркетинг" .....	14
5. Переддипломна практика магістрів зі спеціальності	
8.03050701 "Маркетинг" .....	16
Рекомендована література.....	19
Додатки.....	21

