

**ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**

Циклова комісія з бізнесу та управління



ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Фахового коледжу

ЗВО «Університет Короля Данила»

Володимир ЯСЛИК

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ
для здобувачів 2 курсу

Галузь знань: **07 Управління та адміністрування / D Бізнес, адміністрування та право**

Спеціальність: **075 Маркетинг / D5 Маркетинг**

Освітньо-професійна програма: **«Маркетинг»**

Розробники:

МИРОНЮК М.В. – спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії з бізнесу та управління Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила»

БАТИР А.М. – спеціаліст другої категорії, викладач циклової комісії з бізнесу та управління Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила»

**Розглянуто та схвалено на засіданні циклової комісії
з бізнесу та управління**

Протокол № 1 від 27 серпня 2025 р.

Голова циклової комісії



Андрій ЦЮЦЯК

**Схвалено методичною радою
Фахового коледжу**

ЗВО «Університет Короля Данила»

Протокол № 1 від 28 серпня 2025 р.

Голова методичної ради



Олег КЛІЩ

ЗМІСТ

1. ВСТУП.....	4
2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	4
3. СКЛАДОВІ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	5
4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	6
• тематичний план;.....	7
• зміст та завдання навчальної практики;.....	8
• індивідуальні завдання навчальної практики;.....	10
• підбиття підсумків практики.....	11
5. ОBOB'ЯЗКИ ТА ПРАВА ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ НА ПРАКТИЦІ.....	12
6. ОBOB'ЯЗКИ КЕРІВНИКА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	12
7. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	13
8. ТЕХНІКА БЕЗПЕКИ ПІД ЧАС ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ.....	17
9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	17

1. ВСТУП

Навчальна практика здобувачів Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила» (далі – Фаховий коледж) є обов’язковою складовою освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг / D5 Маркетинг.

Навчальна практика є наступним етапом після практичних занять, що забезпечує перехід від теоретичного навчання до професійної діяльності. Навчальна практика проводиться в аудиторіях і навчальних лабораторіях Фахового коледжу та забезпечує виконання освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг / D5 Маркетинг.

Порядок організації, проведення, підбиття підсумків та узагальнення результатів навчальної практики здобувачів освіти визначає Положення про практичну підготовку здобувачів фахової передвищої освіти, а також розділ XI Положення про організацію освітнього процесу у Фаховому коледжі ЗВО «Університет Короля Данила».

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Метою навчальної практики є ознайомлення здобувачів освіти зі специфікою майбутнього фаху, отримання ними первинних професійних умінь і навичок із дисциплін, що формують загальні і спеціальні компетентності.

Основними завданнями навчальної практики є:

- безпосередня практична підготовка здобувачів фахової передвищої освіти до самостійної роботи на посадах фахівців відповідних освітніх рівнів, поглиблення, узагальнення та закріплення теоретичних знань та практичних навичок, уміння працювати з інформацією щодо маркетингу;
- формування професійних компетенцій за спеціальністю «Маркетинг», набуття досвіду організаційної та виховної роботи в колективі.

Спеціалізованими завданнями навчальної практики є:

- закріплення, поглиблення, удосконалення одержаних здобувачами фахової передвищої освіти теоретичних знань із маркетингу;
- отримання практичних умінь і навичок за спеціальністю «Маркетинг»;
- виховання потреби систематичного оновлення своїх знань та творчого застосування їх у практичній діяльності;
- підготовка здобувачів до проходження виробничої практики.

3. СКЛАДОВА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Вид практики	Курс	Семестр	Тривалість (год.)	Кредити ЄКТС	Форма підсумкового контролю
Навчальна практика (спеціальність 075 Маркетинг / D5 Маркетинг)	2	4	180	6	Диференційований залік

Компетентності та результати навчання, які здобувають здобувачі освіти відповідно до освітньо-професійної програми «Маркетинг» під час проходження навчальної практики

Назва компетентності	Результати навчання
ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.	РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	
ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.	
ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово	
ЗК 8. Здатність працювати в команді.	
СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.	
СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.	
СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.	

СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.	РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.
СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.	РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища
СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.	РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.

4. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Мета навчальної практики – закріплення теоретичних знань та практичне вивчення специфіки спеціальності 075 Маркетинг / D5 Маркетинг; формування управлінських практичних навичок здобувачів та розвиток особистості майбутніх фахівців на основі поглиблення знань теорії маркетингу.

Навчальна практика дає можливість ознайомити майбутніх фахівців зі специфікою майбутньої професійної діяльності, отримати первинні професійні знання і вміння. Майбутній фахівець з маркетингу посилить знання щодо економічних категорій, законів, причинно-наслідкових та функціональних зв'язків, що існують у процесах управління маркетингової діяльністю.

Завдання навчальної практики:

- безпосередня практична підготовка здобувачів освіти до самостійної роботи на посадах майбутніх фахівців, поглиблення, узагальнення та закріплення теоретичних знань та практичних навичок, уміння працювати з інформацією;
- формування професійних компетенцій, набуття досвіду організаційної та виховної роботи в колективі;
- закріплення, поглиблення, удосконалення одержаних здобувачами теоретичних знань;
- отримання практичних умінь і навичок;
- виховання потреби систематичного оновлення своїх знань та творчого застосування їх у практичній діяльності;
- підготовка здобувачів до проходження виробничої практики.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№	Назва тем, завдань	Кількість годин			Форма поточного контролю
		Всього	Практичні заняття	Самостійна робота	
1	Ознайомлення з програмою практики. Інструктаж з охорони праці і пожежної безпеки.	2	2	-	Усне обговорення
2	Характеристика маркетингових спеціальностей	16	8	8	Усне обговорення
3	Нормативне забезпечення маркетингової діяльності	16	8	8	Усне обговорення
4	Організація проведення маркетингових досліджень	16	8	8	Усне обговорення
5	Специфіка роботи маркетолога на підприємствах різних типів та форм власності	16	8	8	Усне обговорення
6	Канали розподілу і ефективність їх діяльності	14	8	6	Усне обговорення
7	Створення нового товару, послуги та нової споживчої цінності товару	12	6	6	Усне обговорення
8	Маркетингове ціноутворення та складові ціни	12	6	6	Усне обговорення
9	Маркетингова політика комунікацій. Цифрові канали комунікацій	16	8	8	Усне обговорення
	Всього	120	62	58	
10	Індивідуальне завдання	60	-	60	Презентація
	Разом	180	62	118	

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

№ теми	Назва теми	К-ть год.	Перелік питань практикуму	Форма поточного контролю
1	Ознайомлення з програмою практики. Інструктаж з охорони праці і пожежної безпеки.	2	Ознайомлення з програмою практики. Інструктаж з охорони праці та попередження травматизму.	Усне індивідуальне опитування
2	Характеристика маркетингових спеціальностей	16	Ознайомлення з різними професійними спрямуваннями спеціальності «Маркетинг» необхідно описати особливості професій категорії «маркетингова діяльність», а саме: Директор з маркетингу, Менеджер з маркетингу-маркетолог, Бренд-мейкер, Інтернет-маркетолог, Маркетолог-аналітик, Маркетолог-економіст, Менеджер з маркетингових досліджень, Продакт-менеджер, Менеджер з продажу, Трейд-маркетолог, Інтерв'юер – дослідник, Промоутер – маркетинговий фахівець, Мерчандайзер, Асистент маркетолога, BTL-менеджер, PR-спеціаліст, рекламний агент, Арт-директор, Кліпмейкер, Копірайтер, Креативний директор, Лобіст (GR-спеціаліст), Медіабайер, Медіапланер, Менеджер по роботі з клієнтами, Регіональний менеджер, Соціолог, Спічрайтер, Супервайзер, ТБ-байер, дилер, брокер, маклер, логістик.	Усне індивідуальне опитування
3	Нормативне забезпечення маркетингової діяльності	16	Ознайомлення з нормативним забезпеченням маркетингу необхідно визначити перелік основних нормативно-правових документів, що регламентують маркетингову діяльність, описати види внутрішньої нормативної документації, що регулює маркетингову діяльність підприємств, описати «Основні положення про маркетингову службу».	Усне індивідуальне опитування

4	Організація здійснення аналізу маркетингових досліджень	16	Слід звернути увагу на систему обробки інформації, наявність комп'ютерних програм, ознайомитись, як вони працюють. Визначити основні методи прогнозування попиту споживачів і розглянути можливості застосування інших методів на підприємстві, що є базою практики.	Усне індивідуальне опитування
5	Специфіка роботи маркетолога на підприємствах різних типів та форм власності	16	Ознайомлення зі специфікою роботи маркетолога у підприємствах різних типів. Необхідно охарактеризувати діяльність фірм (підприємств), описати організаційну структуру та основні обов'язки спеціалістів з маркетингу	Усне індивідуальне опитування
6	Канали розподілу і ефективність їх діяльності	14	Розглянути види каналів розподілу, що існують на підприємстві горизонтальні, вертикальні, прямі, побічні, змішані, прямого, зворотного напрямів та ін. Визначити посередників, послугами яких користується фірма, специфіку роботи з ними.	Усне індивідуальне опитування
7	Створення нового товару, послуги та нової споживчої цінності товару	12	Ознайомлення з процесом створення нових товарів та послуг необхідно охарактеризувати політику просування товару на ринку, описати етапи створення нового ринкового продукту та життєвий цикл товару.	Усне індивідуальне опитування
8	Маркетингове ціноутворення та складові ціни	12	Ознайомлення з процесом ціноутворення та основними структурними складовими ціни	Усне індивідуальне опитування
9	Маркетингова політика комунікацій. Цифрові канали комунікацій	16	Ознайомлення з основами комунікаційної діяльності необхідно визначити, що таке реклама, піар, персональний продаж та стимулювання збуту. Описати особливості цифрових каналів комунікацій.	Усне індивідуальне опитування
	Разом	120		

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Здобувачі під час проходження навчальної практики виконують індивідуальні завдання у вигляді презентації. Індивідуальні завдання видаються керівником практики від закладу освіти перед початком практики, що презентується здобувачем освіти під час захисту практики.

Індивідуальні завдання видаються здобувачам з метою набуття ними під час навчальної практики умінь та навичок самостійного опрацювання інформації, вирішення навчальних та організаційних питань. Виконання здобувачами індивідуальних завдань активізує їх творче мислення, підвищує ініціативу, здатність самостійно аналізувати та робить проходження навчальної практики більш конкретним та цілеспрямованим.

Індивідуальні завдання мають навчально-дослідний характер. Їх зміст конкретизується і уточнюється керівниками практики під час її проходження.

Презентація індивідуального завдання має бути виконана у форматі Microsoft Power Point (до 10 слайдів). Ілюстративний матеріал повинен супроводжуватися короткою інформативною характеристикою.

ТЕМАТИКА ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

План індивідуального завдання:

1. Скласти план рекламної кампанії для просування конкретного (погодженого з керівником практики) товару чи послуги.
2. Складання глосарію слів з молодіжного сленгу (не менше 20 позицій), які можна було б використати для комунікації з молодіжною аудиторією.
3. Скласти контент-план на 1 місяць для просування конкретного (погодженого з керівником практики) товару чи послуги в одній з соцмереж.
4. Обрати 3 інфлюенсерів, з якими б Ви рекомендували колаборацію для просування конкретного (погодженого з керівником практики) товару чи послуги.
5. Сформулювати технічне завдання для створення сайту-візитки продавця конкретного (погодженого з керівником практики) товару чи послуги.

6. Створити концепцію нового бренду в фешн-індустрії. Описати ідею і згенерувати за допомогою засобів ШІ візуальний стиль.

7. Розписати і порахувати повну номенклатуру товарів або послуг одного з місцевих, всеукраїнських чи світових брендів.

8. Сформувати 5 можливих варіантів гасел (слоганів) для просування конкретного (погодженого з керівником практики) товару чи послуги. Пояснити кожен, обґрунтувати який би Ви обрали.

9. Дослідити які є маркетингові кампанії, агенції, підприємства, що надають маркетингові послуги в Івано-Франківську. Обрати і детально описати особливості 3х з них.

10. Сфотографувати 5 різних білбордів у місті і порівняти їх за різними класифікаційними ознаками.

По кожному з завдань обґрунтувати свій вибір.

ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ

Після закінчення практики здобувач подає до циклової комісії звіт про проходження практики. У разі позитивної оцінки керівника практики здобувач захищає звіт про проходження практики перед комісією.

Навчально-методичним відділом Фахового коледжу за результатами проходження навчальної практики заповнюється окрема відомість «Навчальна практика», у якій підсумкова оцінка буде розраховуватися як середнє значення суми оцінок з практики.

Результати проходження практичної підготовки обговорюються на засіданні циклової комісії Фахового коледжу з урахуванням попереднього вивчення звітних матеріалів і висновків керівників практики.

5. ОБОВ'ЯЗКИ ТА ПРАВА ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ НА ПРАКТИЦІ

Здобувачі освіти Фахового коледжу під час проходження практики зобов'язані:

- до початку практичної підготовки отримати від керівника практики методичні матеріали (методичні вказівки, програму, індивідуальні завдання);
- своєчасно прибути на практику;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики та вказівками керівника;
- вивчити й суворо дотримуватись правил охорони праці, техніки безпеки і навчальної санітарії та внутрішнього розпорядку;
- нести відповідальність за виконану роботу та її результати і показувати приклад свідомого і сумлінного ставлення до праці.

Здобувачі освіти Фахового коледжу мають право на:

- безоплатне проходження практики;
- методичне та організаційне забезпечення практики;
- консультативну допомогу з боку керівника практики;
- консультування з керівником практики;
- користування бібліотекою бази практики, фондом законодавчих актів, нормативних та інструктивних матеріалів з програмних питань практики;
- здорові, безпечні та належні для високопродуктивної роботи умови для проходження практики.

6. ОБОВ'ЯЗКИ КЕРІВНИКА НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Керівник практики здійснює організаційно-методичну допомогу з питань практики та контроль за її проведенням, а саме:

- забезпечує проведення всіх організаційних заходів у Фаховому коледжі перед проходженням здобувачів освіти навчальної практики: інструктаж; надання здобувачам освіти необхідних документів (програми, індивідуального завдання, методичних рекомендацій щодо оформлення звітної документації тощо);

- контролює забезпечення належних умов практичної підготовки здобувачів освіти та проведення з ними обов'язкових інструктажів з охорони праці і техніки безпеки;
- розробляє тематику індивідуальних завдань, яка враховує специфіку спеціальності;
- контролює відвідування здобувачами освіти практичних занять;
- здійснює контроль за виконанням програми практики та термінами її проходження;
- надає методичну допомогу здобувачам освіти під час виконання ними індивідуальних завдань;
- проводить обов'язкові консультації щодо обробки зібраного матеріалу та його використання для звіту про практику;
- інформує здобувачів фахової передвищої освіти про порядок надання звітів практичної підготовки;
- бере участь у захисті практики у складі комісії, на підставі чого оцінює результати практики здобувачів освіти, атестує їх і виставляє оцінки в індивідуальні навчальні плани;
- готує звіт за результатами проходження практичної підготовки для обговорення на засіданні циклової комісії (звіт повинен містити: список закріплених за ним здобувачів освіти; результати виконання програми, включаючи допущені відхилення від програми; результати захисту практики (заліку); пропозиції щодо вдосконалення);
- подає звіти навчальної практики здобувачів освіти до циклової комісії.

7. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Оцінювання навчальної практики здійснюється згідно з Положенням про систему контролю та оцінювання знань здобувачів освіти Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила».

Під час оцінювання результатів практики враховуються такі показники:

- організованість, дисциплінованість і добросовісне ставлення до навчання здобувача-практиканта, його ініціативність і творчість;
- повнота виконання програми практики;
- своєчасність здачі звіту.

Результати навчальної практики оцінюються за схемою:

Оформлення матеріалів практики	Зміст матеріалів практики	Захист практики	Сума
10 балів	30 балів	60 балів	100

Систему оцінювання роботи та знань здобувачів за результатами проходження навчальної практики представлено нижче в таблиці.

№ з/п	Найменування	Кількість балів
1. Звіт із практики – 40 балів (оформлення + зміст матеріалів)		
1.1	Оформлення матеріалів практики	10 балів
1.1.1	Правильність оформлення звіту (порядок розміщення структурних елементів текстової частини, повнота висвітлення матеріалу, відсутність граматичних помилок).	2
1.1.2	Наявність і якість оформлення звіту	6
1.1.3	Дотримання загальних вимог до оформлення звіту (нумерація сторінок, оформлення титульного листа, дотримання вимог до розміру полів, шрифту, міжрядкового інтервалу й інше).	2
1.2	Вимоги до змісту звіту з практики	30 балів
1.2.1	Якість і глибина виконання усіх програмних завдань фахової практичної підготовки.	10
1.2.2	Наявність, системність і глибина особистого дослідження	10
1.2.3	Наявність і якість самостійного виконання індивідуальних завдань.	10
2. Захист матеріалів практики – 60 балів		60 балів
2.1	Глибина оволодіння практичними навичками роботи.	20
2.2	Уміння стисло (у межах регламенту), послідовно та чітко викласти сутність і результати практики.	20
2.3	Повнота і ґрунтовність відповідей на запитання членів комісії, здатність аргументовано захищати свої висновки та пропозиції.	20

Таким чином, якість виконання звіту з практики оцінюється в діапазоні від 0 до 40 балів, а результати захисту матеріалів практики – у діапазоні від 0 до 60 балів. Загальна підсумкова оцінка під час захисту матеріалів практики складається з суми балів, отриманих за якість виконання звіту з практики та кількості балів, отриманих під час захисту.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в національну шкалу та шкалу ECTS здійснюється відповідно до критеріїв оцінювання, поданих нижче.

Критерії оцінювання знань здобувачів

Шкала в балах	Оцінка шкали ECTS	Національна шкала
90-100 балів	A	10-12 («відмінно»)
83-89 балів	B	9 («дуже добре»)
75-82 бали	C	7-8 («добре»)
67-74 бали	D	6 («задовільно»)
60-66 балів	E	4-5 («достатньо»)
35-59 балів	FX	3 («незадовільно»)
0-34 бали	F	1-2 («неприйнятно»)

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ

Оцінка «відмінно». Звіт з практики є бездоганим. Відповідь здобувача базується на рівні самостійного мислення з елементами творчого підходу. Здобувач у повному обсязі, якісно та своєчасно виконав індивідуальні завдання й усі програмні завдання фахової практичної підготовки, зібрав і засвоїв необхідний матеріал, грамотно та логічно його викладає, правильно обґрунтовує ухвалені рішення, ознайомлений з рекомендованою літературою, оперує фаховими термінами, використовує та уміло поєднує теоретичні надбання з практикою, його доповідь стисла, логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання правильні.

Оцінка «дуже добре». Звіт з практики оформлений за всіма вимогами. Відповідь будується на рівні самостійного мислення. Здобувач у повному обсязі, якісно та своєчасно виконав індивідуальні завдання й усі програмні завдання фахової практичної підготовки, зібрав і засвоїв необхідний матеріал, грамотно та логічно його викладає, правильно обґрунтовує ухвалені рішення, ознайомлений з рекомендованою літературою, оперує фаховими термінами, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, вміло поєднує теоретичні надбання з практикою. Його доповідь стисла, логічна, проголошена

вільно, відповіді на запитання правильні. Можливі несуттєві труднощі у відповідях на деякі неосновні питання.

Оцінка «добре» виставляється за ґрунтовно складений звіт, сумлінну підготовку до його захисту й умілий виклад матеріалу та знань. Також добре виконано індивідуальні завдання. Під час написання звіту здобувач використав достатню кількість фактичного матеріалу, його доповідь логічна, проголошена вільно, відповіді на запитання здебільшого правильні та стислі, будуються на рівні самостійного мислення. Однак, на захисті здобувач є непослідовним у відповідях, недостатньо обґрунтовує свої висновки та допускає певні неточності в трактуванні окремих проблем.

Оцінка «задовільно» виставляється, якщо здобувач виконує роботи з порушенням терміну, припускає неточності в оформленні матеріалів практики, орієнтується в програмних завданнях фахової практичної підготовки, але не може без сторонньої допомоги зробити на їх основі висновки, індивідуальні завдання виконані з допущенням помилок, не може пов'язати теоретичні узагальнення з практикою, відчуває значні труднощі в стислому та логічному викладі проблем, не всі його відповіді на запитання правильні або повні.

Оцінка «достатньо». Поверхневе знання матеріалу, часткове виконання кожного виду програмних завдань фахової практичної підготовки, зокрема індивідуальних завдань, недостатньо чітке формулювання під час викладення матеріалів звіту. Здобувач допускає суттєві помилки та неточності, не володіє практичними навичками.

Оцінка «незадовільно» виставляється у випадку, коли здобувач, навіть маючи непоганий письмовий варіант звіту з практики, не виконав певний вид програмних завдань фахової практичної підготовки, не виконав індивідуальні завдання або виконав їх з нехтуванням встановлених вимог, не може відповісти на запитання щодо сутності досліджених питань, не виконав календарний план проходження навчальної практики.

Оцінка «неприйнятно» ставиться, коли здобувач не з'явився для отримання завдань практики, не виконав і не захистив звіт з навчальної практики.

8. ТЕХНІКА БЕЗПЕКИ ПІД ЧАС ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Навчальна практика здобувачів проводиться на базі Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила», відповідає вимогам нормативно-правових актів з охорони праці.

Обов'язковою умовою допущення здобувачів до проходження практики є проходження ними вступного інструктажу з охорони праці і первинного інструктажу на місці проходження практики та оформлення його в журналі реєстрації з підписами особи, яка проводила інструктаж та особи, яку інструктували.

Здобувачу-практиканту повинні бути забезпечені нормальні умови проходження практики.

9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Герлян Я.С., . Кутліна І.Ю. Еволюція маркетингу: від продукту до цінності в умовах цифрової трансформації// Вісник Університету Україна. Серія: економіка, менеджмент, маркетинг. 2024. №12 (39). С. 34 – 34.
2. Колесник Ю. Люди купують у людей. Як побудувати бренд, маркетинг і комунікацію малого бізнесу та стартапів. – STRETOVYCH, 2024. - 328с.
3. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
4. Маркетинг для бакалаврів : навч. посібник / уклад.: І. Буднікевич, О. Бурдяк, В. Вардеванян, Є.Венгер, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнева, Н. Тафій, Н.Філіпчук; за ред. д.е.н., проф. І. М. Буднікевич.

2-ге видання перероблене та доповнене. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т, 2021. – 358 с.

5. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / П.В. Захарченко, А.А. Самойленко, А.В. Кулік, І.Ю. Кутліна. Київ: вид. «Центр учбової літератури», 2023. 234 с.

6. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с

7. Райко Д. В. Маркетинг відносин: підручник / Суми : Триторія, 2024. – 348 с.

8. Райко Д.В. Моделювання поведінки споживачів щодо прийняття рішення з формування маркетингової товарної політики, виробництва та просування товарів підприємства : підручник / Д.В. Райко. – Суми : Триторія, 2023. – 180 с.

9. Теоретичний маркетинг: Навчальний посібник / А. В. Софієнко., В. В. Шукліна, Р. М. Набока. – 2-е вид., переробл. і допов. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021.– 494 с.

10. Юрченко Н.Б. Особливості реклами на ринку медичних послуг. Ефективна економіка. № 12. 2024. Режим доступу: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5365/5418>

11. Юрченко Н.Б. Соціальний маркетинг в економіці охорони здоров'я Інвестиції: практика та досвід. № 16. (2025). С. 169-173. Режим доступу: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.16>

12. Юрченко Н.Б. Стратегічні підходи до ціноутворення на ринку охорони здоров'я. Економіка та суспільство, (76). 2025. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-101>