

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

ДО ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

ЗІ ВСТУПУ ДО ФАХУ

**здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти спеціальності 075 «Маркетинг»**

УДК. 336.77

Висвітлено програму навчальної практики зі вступу до фаху і методичні вказівки до написання звіту студентами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг».

У методичних вказівках до проходження навчальної практики зі вступу до фаху висвітлено вимоги, порядок організації та проходження навчальної практики зі вступу до фаху, сформовано мету та завдання навчальної практики зі вступу до фаху, її зміст, форми та методи контролю, вимоги до оформлення звіту, підведення підсумків практики та критеріїв оцінювання результатів її проходження.

Рекомендовано Вченою радою факультету аграрного менеджменту НУБіП України (протокол № 11 від «19» травня 2025 р.)

Рецензенти:

Бондаренко В.М., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Талавирия М.П., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії

Укладачі:

Карпенко Л.Ф., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Чорненька Л.М., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності

Мірошніченко О.В., доктор філософії, асистент кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності

Карпенко Л.Ф., Чорненька Л.М., Мірошніченко О.В.

Методичні вказівки до проходження навчальної практики зі вступу до фаху здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». Київ: НУБіП України. 2025. 43 с.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ДО ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ	5
1.1 Мета та завдання навчальної практики	5
1.2 База навчальної практики зі вступу до фаху	8
1.3. Порядок організації та керівництво навчальною практикою зі вступу до фаху	9
1.4 Обов'язки керівника навчальної практики зі вступу до фаху від закладу вищої освіти	10
1.5 Обов'язки закладу вищої освіти	11
1.6 Обов'язки і завдання здобувачів вищої освіти	11
	12
РОЗДІЛ II. ПРОГРАМА ТА ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ЗІ ВСТУПУ ДО ФАХУ	
РОЗДІЛ III. ПОРЯДОК ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ ТА ЩОДЕННИКУ ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ	16
РОЗДІЛ IV. ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗВІТУ	31
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	34
ДОДАТКИ	36

ВСТУП

Практична підготовка здобувачів вищої освіти є невід'ємною складовою частиною процесу підготовки бакалаврів у закладі вищої освіти (ЗВО), передбаченою навчальним планом спеціальності 075 Маркетинг і спрямована на оволодіння здобувачами вищої освіти системою професійних знань, умінь, навичок, компетенцій, отримання первинного досвіду професійної діяльності, сприяти саморозвитку студентів. Практична підготовка покликана забезпечити формування професійної здатності та рис особистості маркетолога.

Методичні вказівки розроблено на основі програму практичного навчання, яка є основним навчально-методичний документом, який визначає ціль, завдання, зміст і порядок проведення, форми та методи контролю і підведення підсумків практики здобувачів вищої освіти. Програма формує комплексний підхід до організації практичної підготовки, при дотриманні принципів системності, безперервності та послідовності навчання у відповідності з затвердженою освітньою програмою здобувачів вищої освіти першого рівня (бакалаврського) з маркетингу.

Методичні вказівки є навчально-методичним документом, згідно з яким планується і регламентується діяльність керівників практики факультету аграрного менеджменту упродовж періоду проведення цього виду практики. У методичних вказівках викладається мета і завдання навчальної практики, вимоги до баз практики, зміст, індивідуальні завдання, загальні вимоги до організації проведення навчальної практики, порядок підведення її підсумків.

Організація практичної підготовки здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до:

- Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII (зі змінами та доповненнями);
- Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України, затвердженого наказом Міністерства освіти України від 20.12.1994 р. № 351;

- Положення про практичну підготовку студентів НУБіП України затвердженого Вченою радою НУБіП України 27.10.2021 р., протокол № 3;
- Положення про робочу програму навчальної практики НУБіП України, затвердженого Вченою радою НУБіП України 29.05.2024 р. протокол № 12;
- освітньо-професійної програми «Маркетинг» і навчальних планів спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня НУБіП України.

Згідно з навчальним планом підготовки здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» зі спеціальності 075 Маркетинг навчальна практика зі вступу до фаху проводиться у другому семестрі протягом чотирьох тижнів. На її проведення передбачено 120 годин (4 кредити).

Навчальна практика зі вступу до фаху відбувається у період вивчення загальних дисциплін з маркетингу, є пізнавальною роботою, яка дає змогу виявити рівень засвоєння студентами теоретичних знань та практичної підготовки, здатність до самостійної роботи в обраній професії.

РОЗДІЛ I

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ДО ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

1.1 Мета та завдання навчальної практики

Метою навчальної практики зі вступу до фаху є ознайомлення здобувачів вищої освіти з основними положеннями про організацію вищої освіти в Україні, організацію навчального та виховного процесу в університеті, змістом, характером та особливостями майбутньої професії, формування первинного уявлення про професійні функції, розвиток здатності до самоаналізу, самовизначення і свідомого ставлення до обраної спеціальності.

Завдання практики:

- 1) Дослідити структуру ЗВО, факультету та кафедри маркетингу.

- 2) Вивчити освітньо-професійну програму спеціальності 075 «Маркетинг» (структура, компетентності, навчальні дисципліни).
- 3) Зрозуміти роль студентського самоврядування, наукових гуртків, центрів кар'єри та інших підрозділів ЗВО.
- 4) Визначити ключові професійні функції маркетолога (аналіз, стратегія, комунікації, брендинг, digital).
- 5) Вивчити основні напрями діяльності: B2B, B2C, SMM, SEO, email-маркетинг, контент-маркетинг тощо.
- 6) Ознайомитися з типами компаній, які наймають маркетологів (агентства, виробничі підприємства, рітейл, IT-сфера тощо).
- 7) Провести SWOT-аналіз власного потенціалу як майбутнього фахівця.
- 8) Скласти персональний профіль «Я — майбутній маркетолог».
- 9) Визначити свої пріоритети в спеціалізації (digital, аналітика, PR, реклама, бренд-менеджмент тощо).
- 10) Проаналізувати реальні кейси з маркетингової практики (можна через відкриті джерела, презентації кафедри, запрошених спікерів).
- 11) Провести міні-дослідження локального бізнесу: вивчити як підприємство/організація використовує маркетинг (опитування, інтерв'ю, аналіз онлайн-сторінок).
- 12) Навчитися складати портрет споживача (buyer persona).
- 13) Провести простий аналіз конкурентів (через аналіз сайтів, соцмереж, пошукових запитів).
- 14) Вивчити інструменти для маркетингових досліджень: Google Trends, SimilarWeb, Ubersuggest (на рівні ознайомлення).
- 15) Ознайомитися з електронними базами літератури (Google Scholar, електронна бібліотека, українські наукові видання).
- 16) Скласти перелік рекомендованої літератури для майбутнього вивчення.
- 17) Підготувати есе або презентацію на тему: «Чому я обрав(ла) маркетинг як професію».
- 18) Провести короткий аналіз своїх навичок публічного виступу та написання текстів.

Результатом навчальної практики повинні стати: усвідомлення студентами майбутньої сфери діяльності, змісту вищої освіти та фахової підготовки, комплексу фундаментальних і професійних знань, особливостей організації та змісту освітньо-професійної програми підготовки фахівців з маркетингу на різних ступенях вищої освіти у ЗВО, сутності навчального плану щодо підготовки зазначених фахівців; організації виховної роботи у НУБіП України, спрямованої на формування національної свідомості та гідності громадянина України, підвищенню рівня загальної культури, створення умов для розвитку особистості.

Набуття компетентностей:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

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

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на

результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК 15. Здатність до теоретичного узагальнення та практичного використання маркетингових інструментів з метою вирішення бізнес-задач та для підвищення ефективності функціонування суб'єктів підприємницької діяльності.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

1.2 База навчальної практики зі вступу до фаху

Базою навчальної практики зі вступу до фаху для студентів 1-го курсу

першого (бакалаврського) рівня здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» є:

- навчально-науково-виробнича лабораторія «Маркетинг в АПК» (кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі);
- навчально-науково-виробнича лабораторія бізнес-аналітики (кафедра адміністративного менеджменту та ЗЕД).

1.3. Порядок організації та керівництво навчальною практикою зі вступу до фаху

Основну організацію та контроль за проведенням навчальної практики зі вступу до фаху здійснює деканат факультету аграрного менеджменту НУБіП України.

Безпосереднє навчально-методичне керівництво та виконання програми навчальної практики зі вступу до фаху забезпечують завідувач кафедри та керівник практики від кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності.

Написання звіту з навчальної практики зі вступу до фаху має виконуватися студентом у повній відповідності із затвердженим календарним планом та програмою практики.

На період проходження практики на кафедрі складається графік консультацій керівника практики, згідно з яким забезпечується систематична практична робота студента і керівника.

Перед початком практики студент повинен отримати методичні рекомендації зі збору матеріалів у структурних підрозділах університету. Усі студенти повинні пройти інструктаж з техніки безпеки.

Керівник практики від кафедри детально знайомить студентів з метою, завданням, змістом і тривалістю практики, погоджує взаємодію на період її проходження.

При проходженні практики студент повинен виконувати встановлений режим роботи, прийнятий на підприємстві, дотримуватися правил техніки безпеки та охорони праці.

У встановлений календарним планом термін студент повинен подати на кафедру звіт з навчальної практики за фахом. На титульному листі звіту повинно бути проставлено особистий підпис керівника практики від кафедри.

1.4 Обов'язки керівника навчальної практики зі вступу до фаху

Відповідальні за навчальну практику зі вступу до фаху від кафедри призначаються завідувачем відповідної випускової кафедри (маркетингу та міжнародної торгівлі, адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності).

Основними обов'язками відповідальних за навчальну практику зі вступу до фаху від кафедри є:

- проведення настановчої конференції з питань організації та проведення навчальної практики: доведення мети і завдань, знайомство із змістом програми, порядком проходження практики;
- інструктаж здобувачів вищої освіти (у тому числі з техніки безпеки та охорони праці) та надання їм необхідних документів (програми навчальної практики зі вступу до фаху, щоденника, календарного плану практики, методичних вказівок);
- своєчасне ознайомлення здобувачів вищої освіти з вимогами до оформлення документації, системою звітності та критеріями оцінки практики, які регламентуються документацією з організації та проведення навчальної практики зі вступу до фаху;
- консультування здобувачів вищої освіти щодо термінів і порядку проходження навчальної практики зі вступу до фаху, оформлення звіту з практики;
- своєчасне проведення контролю навчальної практики зі вступу до фаху та

інформування кафедри про хід її проходження;

- внесення пропозицій щодо вдосконалення організації та проведення навчальної практики зі вступу до фаху для здобувачів вищої освіти;
- керівник практики за результатами проходження навчальної практики зі вступу до фаху має перевірити та рецензувати звіти практикантів, прийняти залік з практики у складі комісії.

1.5 Обов'язки закладу вищої освіти

- призначити керівником навчальної практики зі вступу до фаху кваліфікованого науково-педагогічного працівника;
- створити належні умови для виконання здобувачами вищої освіти програми навчальної практики зі вступу до фаху;
- забезпечити дотримання практикантами трудової дисципліни і правил внутрішнього трудового розпорядку;
- забезпечити здобувачам вищої освіти умови безпечної праці на конкретному робочому місці;
- надати практикантам можливість користуватися матеріально-технічними засобами та інформаційними ресурсами, необхідними для виконання програми навчальної практики зі вступу до фаху.

1.6 Обов'язки і завдання здобувачів вищої освіти

Здобувачі вищої освіти при проходженні навчальної практики зі вступу до фаху зобов'язані:

- до початку практики одержати від керівника практики та закладу вищої освіти консультації щодо організації і проведення навчальної практики зі вступу до фаху, оформити всі необхідні документи після її завершення;
- своєчасно приступити до проходження навчальної практики зі вступу до фаху;
- систематично працювати над виконанням завдань згідно програми навчальної практики зі вступу до фаху, що передбачає обов'язкове регулярне

відвідування бази практики;

- у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики, зазначені у графіку проходження практики та вказівок керівника практики;

- суворо дотримуватись режиму робочого дня, правил внутрішнього розпорядку, охорони праці, техніки безпеки, що діють на базі практики;

- нести відповідальність за виконану роботу;

- висвітлити результати виконаної роботи та оформити їх у матеріалах звітів, презентацій та документах.

Завдання здобувачів вищої освіти:

- бути активним під час практики, дотримуватись програми і графіку практики; самостійно ознайомитись з базовими матеріалами та нормативними документами;

- повторити матеріал, одержаний на лекціях та практичних заняттях;

- використовувати набуті теоретичні знання для виконання поставлених завдань; виконувати самостійно роботу;

- бути уважними та ініціативними, брати участь в дискусіях, бути логічними та послідовними під час відповідей;

- готувати обґрунтовані висновки під час практики;

- приймати участь у розробці пропозицій з вдосконалення та підвищення ефективності практики.

РОЗДІЛ II

ПРОГРАМА ТА ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ЗІ ВСТУПУ ДО ФАХУ

Зміст навчальної практики зі вступу до фаху для здобувачів вищої освіти визначається переліком і тематикою навчальних дисциплін, що є обов'язковими для спеціальності. Під час проходження навчальної практики зі вступу до фаху здобувачі першого (бакалаврського) рівня вищої освіти повинні виконати ряд завдань, передбачені програмою практики та публічно презентувати основні

результати роботи по написаному звіту.

Тема 1. Освітньо-професійна програма спеціальності 075 «Маркетинг»

У матеріалі представлено аналіз освітньо-професійної програми для спеціальності «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня. Висвітлено цілі, структуру та зміст навчального плану, описано обов'язкові й вибіркові дисципліни, надано характеристику міждисциплінарних зв'язків. Акцентовано увагу на компетентностях, які формуються у студентів під час навчання, та їх відповідності вимогам ринку праці. Додатково розглянуто можливості академічної мобільності, участі в наукових проєктах, стажуваннях та сертифікаційних програмах.

Тема 2. Організація навчальної, науково-дослідницької, самостійної і виховної роботи в НУБіП України та на факультеті аграрного менеджменту

Місце ЗВО у системі вищої освіти та системі підготовки кадрів вищими навчальними закладами для економіки України. Загальні відомості про НУБіП України. Статут, НУБіП України. Основні структурні підрозділи НУБіП України: ректорат, деканат, кафедри, бібліотека, допоміжні служби. Місце та роль факультету в організації навчально-виховного процесу студентів. Історія, традиції, правила внутрішнього розпорядку, організація навчальної, наукової, виховної, культурно-масової роботи на факультеті. Роль навчальної, науково-дослідної, самостійної та громадської діяльності студентів у формуванні фахівців з маркетингу. Органи самоврядування студентів у НУБіП України та на факультеті: роль в організації навчального процесу, побуту та відпочинку. Організація соціальної захищеності студентів у НУБіП України.

Тема 3. Інформаційно-методичне забезпечення навчального процесу НУБіП України та факультету аграрного менеджменту

Суть і складові інформаційно-методичного забезпечення навчального процесу у НУБіП України. Класифікація джерел загальної, спеціальної, методичної

та наукової літератури, галузевих видань. Роль і місце інформаційно-методичного забезпечення у навчальній та науково-дослідній діяльності студентів. Інформаційні можливості сайту НУБіП України. Загальні відомості: історія університету; керівництво; факультети; кафедри; викладачі; форми навчання; структурні підрозділи; міжнародні зв'язки. Сьогодення: новини; НУБіП України у Болонському процесі; план організаційних заходів на поточний навчальний рік; студентське життя; довідник студента; розклад занять, екзаменів. Наука: напрями наукових досліджень; наукові школи університету; наукові конференції НУБіП України. Навчальні структурні підрозділи. Асоціація випускників. Профспілка. Бібліотека вищого навчального закладу як центр інформаційного забезпечення студентів. Принципи та організація бібліотечної справи. Порядок роботи у бібліотеці. Особливості роботи зі спеціальною, методичною та періодичною літературою. Довідково-бібліографічний апарат бібліотеки. Можливості використання вітчизняної та зарубіжної літератури. Пошук літературних джерел в бібліографічній базі даних. Самостійна робота з книгою. Система обслуговування читачів. Порядок користування літературою на абонементі, в читальному залі, залі надходжень нової літератури. Пошук літературних джерел та спеціальних матеріалів в Інтернеті. Робота з електронними виданнями. Правила користування бібліотекою. Обов'язки читачів бібліотеки.

Тема 4. Особливості професійного самовизначення маркетолога

У роботі проаналізовано фактори, що впливають на процес професійного самовизначення здобувачів освіти. Виконано SWOT-аналіз особистості студента як майбутнього маркетолога, визначено сильні сторони, риси характеру, лідерські якості, а також зони розвитку. Надано класифікацію спеціалізацій у межах професії: digital, PR, аналітика, B2B, B2C, інфлюенс-маркетинг тощо. Визначено індивідуальні пріоритети студента, сформульовано бачення професійного шляху та потенційного внеску в маркетингову сферу.

Тема 5. Структура та функції кафедри маркетингу

У роботі викладено інформацію про кафедру маркетингу та міжнародної торгівлі як основний підрозділ формування фахової підготовки студентів. Наведено огляд кадрового складу, напрямів наукових досліджень, матеріально-технічної бази, наявних лабораторій. Описано види практик, які організовує кафедра, систему контролю знань, індивідуальні проєкти. Визначено роль кафедри у професійній орієнтації студентів та формуванні їхньої науково-дослідницької активності.

Тема 6. Сутність, структура і види соціальної комунікації

Теоретичні аспекти соціальної комунікації. Структура і види соціальних комунікацій. Моделі комунікації. Різновиди комунікаційних каналів. Специфіка, місце і значення соціальних комунікації в управлінському процесі. Стилi управлінської комунікації. Механізми і закономірностями сприйняття партнера по спілкуванню. Принципи і закономірності проведення спеціальних форм комунікацій: ділової бесіди, наради, дискусії тощо.

Тема 7. Ринок праці у сфері маркетингу: вимоги до фахівця

Представлено аналіз сучасного ринку праці у сфері маркетингу в Україні. Розглянуто найбільш затребувані позиції: digital-менеджер, бренд-менеджер, маркетинговий аналітик, PR-спеціаліст. Визначено ключові навички, яких очікують від випускників: аналітичне мислення, креативність, знання інструментів Google та Meta, робота з Big Data. Проведено порівняння вимог ринку з навчальним планом спеціальності. Наведено рекомендації щодо формування конкурентоспроможного резюме та портфоліо.

Тема 8. Маркетингові дослідження: перше знайомство

Описано базові підходи до проведення маркетингових досліджень. Вивчено етапи дослідження: постановка цілей, вибір методів, формування анкети, обробка даних, інтерпретація результатів. Студент здійснив простий аналіз у вигляді

онлайн-опитування з тематики споживчих уподобань. Продемонстровано навички роботи з Google Forms та побудови графіків у Google Sheets. Узагальнено перші висновки з аналізу, сформовано базове уявлення про роль досліджень у прийнятті маркетингових рішень.

Тема 9. Цифровий маркетинг: виклики та можливості для студентів

У фокусі роботи – ознайомлення з основами цифрового маркетингу: контент-маркетинг, SMM, таргетована реклама, email-маркетинг, SEO та SEM. Досліджено роль цифрових інструментів у просуванні брендів і послуг, а також популярні платформи, що використовуються фахівцями-початківцями (Google Ads, Meta Business Suite, Canva, Tilda тощо). Наведено приклади успішних кейсів з українського ринку. Студент аналізує власну цифрову компетентність і формулює план її вдосконалення через сертифікаційні курси та практичну діяльність.

Тема 10. Соціальні мережі як майданчик для просування освітніх послуг

У фокусі дослідження – можливості застосування соціальних мереж для промоції університету та освітніх програм. Студент проаналізував офіційні сторінки факультету/кафедри у Facebook, Instagram, TikTok, а також залученість аудиторії. Визначено основні формати контенту (сторіс, рілс, опитування), що мають найкращий відгук. Розроблено приклад профорієнтаційного допису для потенційних абітурієнтів. Обґрунтовано роль студента як амбасадора факультету.

РОЗДІЛ III

ПОРЯДОК ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ ТА ЩОДЕННИКУ ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Після завершення навчальної практики здобувач вищої освіти подає керівнику практики на кафедру звіт. Звіт із практики має містити стислий опис виконаних видів діяльності відповідно до наведених завдань, які висвітлені у п. 2, а також містити ґрунтовні висновки. Звіт із практики відображає результати

виконаних програмних питань, містить висновки та рекомендації.

Звіт повинен охоплювати всі аспекти діяльності студента на місці проходження практики і має бути структурований таким чином:

- титульний аркуш (Додаток А);
- щоденник із практики (Додаток Б) про виконання студентом завдань програми практики;
- зміст (Додаток В);
- перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів (за потребою);
- вступ, у якому обґрунтовується значущість практичної підготовки фахівця з менеджменту, зазначаються об'єкт, мета й завдання практики (1–2 стор.);
- основна частина відповідно до змісту практики, де наведено систематизовану та проаналізовану інформацію відповідно до підрозділів п. 2 цієї програми практики;
- висновки та пропозиції, в яких необхідно стисло сформулювати головні висновки, пропозиції і рекомендації відповідно до програми практики;
- список використаних джерел;
- додатки (за потребою).

Усі складові звіту з практики потребують належного та грамотного оформлення.

Загальний обсяг звіту про проходження навчальної практики має бути від 30 до 40 сторінок друкованого тексту, не враховуючи додатків. Оформлення звіту здійснюється за допомогою Microsoft Office Word за такими параметрами:

- формат паперу – А4, однобічний друк;
- шрифт – Times New Roman 14;
- інтервал між рядками 1,5;
- абзацний відступ – 1,25 см, текст вирівняний за шириною;
- поля: ліве поле – 30 мм, праве поле – 10 мм, верхнє і нижнє – 20

мм;

- нумерація сторінок – у правому верхньому куті
- рівняння в тексті – за шириною.

Мова викладу тексту звіту – державна, стиль викладення матеріалу – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок. У звіті не є допустимим дослівне дублювання матеріалів підприємства та цитування літературних джерел заради досягнення необхідної кількості сторінок. Він повинен мати чітку структуру, логічну послідовність викладення матеріалу, чіткі висновки та обґрунтованість запропонованих рекомендацій.

Зміст розташовується на другій сторінці з назвою (заголовком)

«Зміст». Напроти кожної назви частини звіту вказують номер сторінки, з якої вона починається. Усі цифрові позначення сторінок повинні бути розміщені в одному рядку (стовпчику).

Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів; подають у звіті окремим списком перед вступом, якщо вжито специфічну термінологію, а також маловідомі скорочення, нові символи, позначення тощо.

Перелік умовних позначень друкують двома колонками, в яких зліва за абеткою наводять скорочення, справа – їх детальне розшифрування. Якщо у звіті вжиті спеціальні терміни, скорочення, символи, позначення тощо, які повторюються менше трьох разів, перелік не складають, а їх розшифрування наводять у тексті при першому згадуванні (у зносках до тексту).

Приклад оформлення умовних позначень:

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

- | | | |
|---------------|---|---|
| НУБіП України | – | Національний університет біоресурсів і природокористування України; |
| ФАМ | – | факультет аграрного менеджменту; |
| СРС | – | самостійна робота студентів. |

Текст основної частини роботи поділяється на розділи, підрозділи (параграфи), пункти та підпункти згідно з планом.

Текст кожного розділу, висновків, списку використаних джерел і додатків починається з нової сторінки.

Заголовки структурних частин звіту з практики «ЗМІСТ», «ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкуються

великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів – маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапка в кінці заголовку не ставиться. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою.

Заголовки пунктів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу в розрядці у підбір тексту. У кінці надрукованого таким чином заголовку ставиться крапка. Відстань між

заголовком (за винятком заголовка пункту) та текстом має дорівнювати 2–3 інтервалам (6–9 мм).

Написання числівників. Прості кількісні числівники, якщо при них немає одиниць виміру, пишуться словами (п'ять випадків, п'ять підприємств). Складні числівники пишуться цифрами, за винятком тих, якими починається абзац. Числа із скороченим позначенням одиниць вимірювання пишуться цифрами (24 кг, 125 грн). При перерахуванні однорідних чисел (величин, відношень) скорочена назва одиниць вимірювання ставиться після останньої цифри. Числівники, які входять до складних слів, у наукових текстах пишуться цифрою (наприклад, 30-відсотковий обсяг).

При перерахуванні кількох порядкових числівників відмінкове закінчення ставиться тільки один раз після останнього числівника, наприклад, товари 1 та 2-го сорту. Після порядкових числівників, позначених арабськими цифрами, якщо вони стоять після іменника, до якого відносяться, відмінкові

закінчення не ставляться, наприклад, у розділі 3, на рис. 2. Так само без відмінкових закінчень записуються порядкові числівники римськими цифрами для позначення порядкових номерів століть, кварталів, томів видань тощо. Наприклад, XX століття, а не XX-е століття.

Дробові числа рекомендовано наводити у вигляді десяткових дробів. За неможливості виразити значення у вигляді десяткового дробу допускається запис у вигляді звичайного дробу в один рядок через похилу риску, наприклад, $5/32$.

Нумерація. Сторінки нумеруються арабськими цифрами, з дотриманням наскрізної нумерації впродовж усього тексту. Номер сторінки проставляється при комп'ютерному друці звіту у правому верхньому куті без крапки в кінці.

Титульний аркуш вважається першою сторінкою і номер на ньому не ставиться.

Розділи, підрозділи, пункти і підпункти звіту нумеруються арабськими цифрами. Розділи повинні мати порядкову нумерацію в межах викладення суті звіту та позначатися цифрами без крапки, номер ставиться після слова

«РОЗДІЛ». Заголовок розділу друкується з нового рядка. Підрозділи повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, відокремленого крапкою. У кінці номера підрозділу ставиться крапка, наприклад «1.1.» (перший підрозділ першого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

Пункти нумеруються у межах кожного підрозділу. Номер пункту складається з порядкових номерів розділу, підрозділу, пункту, між якими ставиться крапка. У кінці номера ставиться крапка, наприклад, «2.3.2.», потім у тому ж рядку розміщується заголовок пункту.

Підпункти нумеруються у межах кожного пункту за такими ж правилами, як пункти.

Такі структурні частини звіту, як зміст, перелік умовних позначень, вступ, висновки, список використаних джерел, не мають порядкового номера. Звертаємо увагу на те, що всі сторінки, на яких розміщені зазначені структурні частини

звіту, нумеруються звичайним чином. Не нумеруються лише їх заголовки, тобто не можна друкувати: «1. ВСТУП». Нумери сторінок проставляються у верхньому правому кутку.

Ілюстрації. Зміст ілюстрацій має доповнювати основний текст звіту, поглиблювати розкриття сутності певного явища, наочно ілюструвати результати авторських досліджень, тому в тексті на кожну з них повинно бути посилання з коментарем. Якщо ілюстрація (рисунок, схема, графік, карта, креслення тощо) створена не автором звіту, необхідно дотримуватися

вимог чинного законодавства про авторські права. Ілюстрації і таблиці необхідно подавати у звіті безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше або на наступній сторінці. Ілюстрації і таблиці, розміщені на окремих сторінках звіту, включають до загальної нумерації сторінок. Таблицю, рисунок або креслення, розміри якого більше формату А4, враховують як одну сторінку і розміщують у відповідних місцях після згадування у тексті або в додатках.

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках. Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка. Наприклад: Рис. 3.1. (перший рисунок третього розділу).

Номер ілюстрації, її назва і пояснювальні підписи розміщують послідовно та безпосередньо під ілюстрацією. За необхідності ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (підрисунковий підпис). Якщо в розділі звіту подано одну ілюстрацію, то її нумерують за загальними правилами.

Не варто оформлювати посилання на ілюстрації як самостійні фрази, в яких лише повторюється те, що міститься у підписі. У тому місці, де викладається матеріал, пов'язаний з ілюстрацією, і на що відповідно потрібно акцентувати увагу читача, розміщують посилання у вигляді виразу в круглих дужках «(рис. 2.1)» або зворот типу: «...як це видно з рис. 2.1» або

«...як це показано на рис. 2.1».

Кожна ілюстрація звіту має відповідати тексту, а текст – ілюстрації. Під

назвою кожної ілюстрації (рисунок, схеми, графіка) звіту обов’язково зазначається слово «примітка», після чого вказується джерело, з якого використано інформацію, відображену на рисунку.

Правильність підпису рисунка та зазначення посилань приведено нижче:

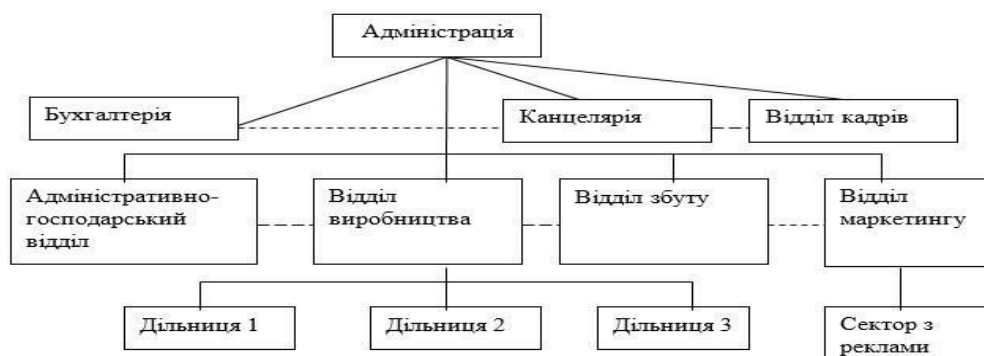


Рис. 2.1. Організаційна структура підприємства

Джерело: побудовано автором за даними офіційного сайту

Таблиці. Цифровий матеріал, як правило, оформляється у вигляді таблиць. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Назву наводять жирним шрифтом.

За логікою побудови таблиці її логічний суб’єкт, або підмет (позначення тих предметів, які в ній характеризуються), розміщують у боковику, головці, чи в них обох; логічний предикат, або присудок, таблиці (тобто дані, якими характеризується підмет) – у прографці, а не в головці чи боковику. Кожен заголовок над графою стосується всіх даних цієї графи, кожен заголовок рядка в боковику – всіх даних цього рядка:

Приклад побудови таблиці

Таблиця (номер) 1.1

Назва таблиці				
Головка таблиці				
Рядки				

Боковик (заголовки рядків)

Графи (колонки)

Заголовки граф

Підзаголовки граф

Заголовок кожної граfi в головці таблиці має бути, якщо можна, коротким. Слід уникати повторів тематичного заголовка в заголовках граф, одиниці виміру зазначати у тематичному заголовку, виносити до узагальнюючих заголовків слова, що повторюються.

Боковик, як і головка, потребує лаконічності. Повторювані слова тут також виносять в об'єднувальні рубрики; загальні для всіх заголовків боковика слова розміщують у заголовку над ним.

У прографці повторювані елементи, які мають відношення до всієї таблиці, виносять у тематичний заголовок або в заголовок граfi; однорідні числові дані розміщують так, щоб їх класи збігалися; неоднорідні – посередині граfi; лапки використовують тільки замість однакових слів, які стоять одне під одним.

Заголовки граф повинні починатися з великих літер, підзаголовки – з маленьких, якщо вони складають одне речення із заголовком, і з великих, якщо вони є самостійними. Висота рядків повинна бути не меншою 8 мм.

Таблиці нумерують послідовно (за винятком таблиць, поданих у додатках) у межах розділу. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка, наприклад: «Таблиця 1.3» (третя таблиця першого розділу), нижче вказується назва таблиці симетрично до тексту. Якщо в розділі звіту одна таблиця, її нумерують за загальними правилами.

Таблицю розміщують після першого згадування про неї в тексті, так, щоб її можна було читати без повороту переплетеного звіту або з поворотом за стрілкою годинника.

На всі таблиці повинні бути посилання в тексті звіту (наприклад, «...у табл. 2.1»). Нумерація таблиць здійснюється в межах розділу. Номер таблиці складається з номера розділу та порядкового номера таблиці, наприклад, «Таблиця 2.1».

Таблицю з великою кількістю рядків можна переносити на наступну сторінку. При цьому назву вміщують тільки над її першою частиною. При перенесенні частини таблиці на інший аркуш (сторінку) слово «Таблиця» і номер її вказують один раз справа над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть слова «Продовження табл.» і вказують номер таблиці, наприклад: «Продовження табл. 1.3». Таблицю з великою кількістю граф можна ділити на частини і розміщувати одну частину під іншою в межах однієї сторінки.

Якщо текст, який повторюється в графі таблиці, складається з одного слова, його можна замінювати лапками; якщо з двох або більше слів, то при першому повторенні його замінюють словами «Те саме», а далі лапками. Ставити лапки замість цифр, марок, знаків, математичних і хімічних символів, які повторюються, не можна. Якщо цифрові або інші дані в якому-небудь рядку таблиці не подають, то в ньому ставлять прочерк.

Таблиці та рисунки, які повністю займають площу сторінки, не входять до загальної нумерації сторінок.

У таблицях слід обов'язково зазначати одиниці виміру показників. Якщо всі одиниці виміру є однакові для всіх показників таблиці, вони наводяться під заголовком таблиці справа у круглих дужках – безпосередньо над таблицею – відповідно до стандартів. Чисельні величини у таблиці повинні мати однакову кількість десяткових знаків, що наводяться після коми. Заголовки колонок таблиць повинні розпочинатися з великої літери.

Під кожною таблицею звіту обов'язково зазначається слово «джерело» після чого вказується джерело, звідки використано інформацію, яка висвітлена в таблиці.

Правильність оформлення таблиці та зазначення посилань наведено нижче.

Таблиця 1.1

Методи оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів

<i>Методи, закладені на облікових оцінках</i>	<i>Методи, закладені на дисконтованих оцінках</i>
Проста норма прибутків	Чистий приведений (дисконтований) дохід
Коефіцієнт ефективності інвестицій	Індекс рентабельності інвестицій
Термін (період) окупності інвестицій	Норма рентабельності інвестицій

Джерело: систематизовано автором на основі наукових праць [2, с.

36]

Формули. При використанні формул необхідно дотримуватися таких правил. Формули у звіті (якщо їх більше однієї) нумерують у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставлять крапку. Нумери формул пишуть біля правого поля аркуша на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: (2.1) (перша формула другого розділу).

Номер, який не вміщується у рядку з формулою, переносять у наступний нижче формули. Номер формули при її перенесенні вміщують на рівні останнього рядка. Якщо формулу взято в рамку, то номер такої формули записують зовні рамки з правого боку навпроти основного рядка формули. Номер формули-дроби подають на рівні основної горизонтальної риски формули.

Номер групи формул, розміщених на окремих рядках і об'єднаних фігурною дужкою (парантезом), ставиться справа від вістря парантеза, яке знаходиться в середині групи формул і спрямовано в сторону номера.

Найбільші, а також довгі і громіздкі формули, котрі мають у складі знаки суми, добутку, диференціювання, інтегрування, розміщують на окремих рядках. Це стосується також і всіх нумерованих формул. Для економії місця кілька коротких однотипних формул, відокремлених від тексту, можна подати в одному рядку, а не одну під одною. Невеликі і нескладні формули, що не мають самостійного значення, вписують всередині рядків тексту.

Загальне правило пунктуації в тексті з формулами таке: формула входить до речення як його рівноправний елемент. Тому в кінці формул і в тексті перед ними розділові знаки ставлять відповідно до правил пунктуації. Двокрапку перед формулою ставлять лише у випадках, передбачених правилами пунктуації:

- а) у тексті перед формулою є узагальнююче слово;
- б) цього вимагає побудова тексту, що передує формулі.

Розділовими знаками між формулами, що йдуть одна під одною і не відокремлені текстом, можуть бути кома або крапка з комою безпосередньо за формулою до її номера.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів треба подавати безпосередньо під формулою в тій послідовності, в якій вони наведені у формулі. Значення кожного символу і числового коефіцієнта треба подавати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають зі слова «де» без двокрапки.

Рівняння і формули необхідно виділяти з тексту вільними рядками. Вище і нижче кожної формули потрібно залишити не менше одного вільного рядка. Якщо рівняння не вміщується в один рядок, його слід перенести після знаку рівності (=), або після знаків плюс (+), мінус (-), множення (*), ділення (:).

Нумерувати слід лише ті формули, на які є посилання далі в тексті.

Інші нумерувати не рекомендується.

Оформлення скорочень. Всі слова у звіті слід писати повністю. Скорочення слів проводиться згідно з ДСТУ 3582:2013 «Інформація та документація. Бібліографічний опис скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила».

У звіті практики допускаються лише загальноприйняті скорочення:

- а) після перерахування (наприклад: та інше – та ін.; і так далі – і т. д.; і тому подібне – і т. п.);
- б) при посиланнях (наприклад: дивись – див.; рисунок – рис.; таблиця – табл.);

в) при позначенні цифрами століть і років, одиниці виміру (наприклад: рік – р.; роки – рр.; тисяч гривень – тис. грн);

г) загальноприйняті літерні аббревіатури (наприклад: ФАМ, НУБіП України, ЄС).

Не рекомендується скорочувати слова «наприклад», «формула», «рівняння» і т. д. Інші скорочення та літерні аббревіатури, що наводяться у звіті при першому згадуванні автором, вказуються у круглих дужках після повного найменування та узагальнюються у переліку умовних позначень, який подається перед вступом.

Переліки. У тексті звіту можуть бути наведені переліки, що складаються як із закінчених, так і з незакінчених фраз. Якщо перелік складається з окремих слів (або невеликих фраз без розділових знаків), вони пишуться в підбір з іншим текстом і відокремлюються один від одного комою. Приклад: Продукцію сільського господарства становлять: продукція рослинництва, продукція тваринництва.

Якщо перелік складається із розгорнутих фраз із власними розділовими знаками, то перед кожною позицією переліку слід ставити малу літеру української абетки з дужкою, або, не нумеруючи, – дефіс. Такі переліки подають з малої літери з абзацного відступу. Після кожного з пунктів переліку ставиться крапка з комою, а після останнього – крапка.

Коли елементи переліку є закінченими фразами, їх пишуть з абзацними відступами, починаючи з великих літер, і відокремлюють один від одного крапкою.

Примітки до тексту й таблиць, у яких наводять довідкові та пояснювальні дані, нумерують послідовно в межах однієї сторінки. Якщо приміток на одному аркуші декілька, то після слова «*Примітки*» ставлять двокрапку, *наприклад*:

Примітки:

1. ...

2. ...

Якщо є одна примітка, то її не нумерують і після слова «Примітка» ставлять крапку.

При оформленні звіту допускаються скорочення назв деяких найбільш вживаних слів і понять.

Оформлення *списку використаних джерел*.

Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, який містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків (витяг з ДСТУ 8302:2015).

Бібліографічний опис складають безпосередньо за друкованим виданням або виписують з каталогів і бібліографічних покажчиків повністю без пропусків будь-яких елементів, скорочень назв і т. ін. Завдяки цьому можна уникнути повторних перевірок, вставок пропущених відомостей.

Відомості про джерела, які містяться у списку, необхідно подавати відповідно до вимог міжнародних і державного стандартів з обов'язковим наведенням назв праць (Додаток Г).

При формуванні списку використаних джерел передбачають такі можливі варіанти його подачі: у порядку появи посилань у тексті (найбільш зручний для користування і рекомендований при написанні звіту), в алфавітному порядку за прізвищами перших авторів або заголовків, у хронологічному порядку.

Додатки. Додатки оформлюються як продовження звіту на наступних його сторінках та розміщуються у порядку появи і посилань у тексті звіту. Сторінки, на яких розміщуються додатки, не нумеруються.

Якщо додатки оформлюють на наступних сторінках звіту, кожний такий додаток повинен починатися з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований угорі малими літерами з першої великої симетрично відносно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток_» і велика літера, що позначає додаток, *наприклад*:

Додаток А

Структура факультету аграрного менеджменту

(наводиться структура)

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком літер Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад, Додаток А, Додаток Б і т. д. Один додаток позначається як «Додаток А». Додатки від загального змісту звіту відділяються окремим аркушем, на якому великими літерами посередині зазначається слово «ДОДАТКИ».

При оформленні додатків окремою частиною (книгою) на титульному аркуші під назвою звіту друкують великими літерами слово «ДОДАТКИ».

Текст кожного додатка у разі потреби може бути поділений на розділи й підрозділи, які нумерують у межах кожного додатка. У такому випадку перед кожним номером ставлять позначення додатка (літеру) і крапку. Наприклад, А.2 – другий розділ додатка А; В.3.1 – перший підрозділ третього розділу додатка В. Ілюстрації, таблиці та формули, розміщені в додатках, нумерують у межах кожного додатка, наприклад: рис. Д.1.2 – другий рисунок першого розділу додатка Д; формула (А.1) – перша формула додатка А.

Якщо у звіті як додаток використовується документ, що має самостійне значення і оформляється згідно з вимогами до документів такого виду, його копію вміщують у звіт без змін в оригіналі. Перед копією вміщується аркуш паперу, на якому посередині друкують слово «Додаток» і його назву, праворуч у верхньому куті проставляється порядковий номер сторінки. Сторінки копії документа нумеруються, продовжуючи наскрізну нумерацію.

Перебуваючи на практиці, кожен студент веде **щоденник** (Додаток Б) практики, відмічаючи виконану роботу згідно із програмою практики.

Правила ведення і оформлення щоденника

1. Щоденник – це основний документ студента під час проходження

практики.

2. Під час практики студент щодня коротко повинен записувати в щоденник усе, що зробив за день для виконання календарного плану проходження практики.

3. Не рідше як раз на тиждень студент зобов'язаний подавати щоденник для перегляду керівнику практики від ЗВО, який перевіряє щоденник, робить письмові зауваження, дає додаткові завдання і підписує записи, які зробив студент.

4. Після завершення практики щоденник подається керівнику практики.

5. Оформлений щоденник студент повинен захистити перед комісією.

6. Без заповненого щоденника практика не зараховується.

РОЗДІЛ IV

ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗВІТУ

Загальною формою звітності студента про навчальну практику є виконання комплексного письмового звіту, оціненого керівником практики. Підсумкова оцінка визначається з урахуванням своєчасності подання звіту, якості презентації, яка характеризує успішність і рівень знань студента. З метою об'єктивної оцінки знань і вмінь, набутих студентами під час навчальної практики, її підсумкова оцінка проводиться з урахуванням критеріїв, які наведені нижче. Підсумкова оцінка за навчальну практику вноситься в залікову книжку студента.

У разі неподання звітів, інших обов'язкових документів або одержання незадовільної підсумкової оцінки за результатами навчальної практики студент направляється на повторне проходження практики.

Порядок, терміни виконання і захист звіту встановлюються деканатом

згідно з календарним планом, а саме у 10-денний термін з дня закінчення навчальної практики кафедра встановлює графік захисту звітів здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти:

- звіт затверджується разом із щоденником практики, потім реєструється на кафедрі і подається на перевірку керівникові практики від кафедри;
- у процесі підготовки і написання звітів студент має право на консультацію з керівником практики від університету;
- термін подання звіту на кафедру – в кінці терміну закінчення практики, але не пізніше ніж через 3 дні після закінчення навчальної практики;
- у разі затримки термінів здачі звіту більше ніж на тиждень, робота може бути розглянута лише за дозволом завідувача кафедри.

Звіт разом зі щоденником подається у встановлений термін керівнику практики від університету для перевірки, рецензування та допуску до захисту.

За результатами перевірки звіту керівник практики приймає рішення про допуск його до захисту або повертає студенту на доопрацювання відповідно до зазначених зауважень.

Оформлений звіт разом зі щоденником представляються до захисту комісії, яку призначає завідувач кафедри. До складу комісії входять викладачі кафедри, які відповідають за організацію та проведення навчальної практики.

Під час захисту звіту студент має звітувати про виконану роботу, показати знання з теорії та практичні навички організації роботи на базі практики.

Оцінка проходження навчальної практики складається із суми балів, які виставляються керівником практики на основі розгляду матеріалів практики та за підсумками презентації студентом основних положень усіх розділів звіту.

Оцінка звіту здобувачів вищої освіти щодо проходження навчальної практики здійснюється за визначеними критеріями (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Критерії оцінювання звіту з навчальної практики

№ з/п	Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
1.	Характеристика керівника навчальної практики на здобувача вищої освіти	10
2.	Виконання календарного графіка проведення практики	10
3.	Зміст звіту з практики (структурно-логічна побудова роботи, відповідність плану і змісту роботи завданням практики; повнота розкриття поставлених завдань)	25
4.	Оформлення звіту (дотримання загальних стандартів оформлення тексту, таблиць, схем, рисунків, посилань)	15
5.	Рівень обґрунтованості, реальності висновків і пропозицій	10
6.	Рівень оволодіння питаннями програми навчальної практики (теоретичною і практичною частинами)	10
7.	Захист звіту з практики (доповідь: чіткість, логічність, стислість викладу; відповіді на питання: повнота, правильність, аргументованість)	20
Загальна максимальна сума балів		100

Під час підсумкової оцінки практики загалом додатково враховується і впливає на загальну суму балів дисципліна студента під час проходження практики. Керівник практики бере до уваги сумлінність роботи здобувача вищої освіти. Остаточна оцінка виставляється у залікову книжку здобувача вищої освіти.

Підсумкова оцінка знань, умінь і навичок здобувача вищої освіти, набутих на навчальній практиці, встановлюється за 100-бальною шкалою із подальшим переведенням її у національну шкалу оцінок.

Переведення балів підсумкової оцінки НУБіП України у традиційну національну оцінку здійснюється згідно табл. 1 чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» за такою схемою:

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна та результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни

$R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу здобувача вищої освіти з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{ат}}$.

Підсумки навчальної практики обговорюються на засіданні кафедри, а загальне підбиття підсумків практики здійснюється на засіданні Вченої ради факультету аграрного менеджменту.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

- 1) Герасимчук В. Г. Маркетинг: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 472 с.
- 2) Бутенко В. М. Цифровий маркетинг: теорія і практика. Київ: КНЕУ, 2022. 289 с.
- 3) Гончарук Я. В. Маркетинг: сучасні аспекти. Львів: Львівська політехніка, 2021. 312 с.
- 4) Савчук В. М. Стратегічний маркетинг. Київ: КНЕУ, 2023. 360 с.
- 5) Пилипенко І. В. Інноваційний маркетинг: тренди 2020-х. Київ: НАУ, 2024. 215 с.
- 6) Дудченко Г. В. Маркетингові дослідження у цифрову епоху. Суми: СумДУ, 2023. 298 с.
- 7) Липчук В. А. Основи маркетингу. Київ: Кондор, 2021. 268 с.
- 8) Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства: адаптивні рішення. Дніпро: Пороги, 2022. 310 с.
- 9) Чернелевський Д. О. Організація досліджень у маркетингу. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 192 с.
- 10) Шевченко І. Л. Креативні інструменти маркетолога. Харків: ХНЕУ, 2023. 185 с.
- 11) Освітньо-професійна програма «Маркетинг» (бакалавр). НУБіП України. 2023.
- 12) Закон України «Про вищу освіту» (ред. 2024 року).

13) Положення про практичну підготовку студентів (ред. 2023 р., наказ МОН №93).

14) Аналітичний звіт: Маркетинг на ринку праці України – 2024. Київ: UGEN, 2024. 58 с.

15) McKinsey Marketing & Sales. <https://www.mckinsey.com/business-functions/growth-marketing-and-sales>

Електронні джерела:

1) Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua>

2) Кафедра маркетингу НУБіП України. URL: <https://nubip.edu.ua/node/1376>

3) Google Trends. URL: <https://trends.google.com>

4) SimilarWeb. URL: <https://www.similarweb.com>

5) Ubersuggest. URL: <https://neilpatel.com/ubersuggest>

6) Statista. URL: <https://www.statista.com>

7) HubSpot Marketing Blog. URL: <https://blog.hubspot.com>

8) Hootsuite Social Media Blog. <https://blog.hootsuite.com>

9) Marketing Week UK. URL: <https://www.marketingweek.com>

10) Harvard Business Review – Marketing. URL: <https://hbr.org/topics/marketing>

11) McKinsey Marketing & Sales. <https://www.mckinsey.com/business-functions/growth-marketing-and-sales>

12) Prometheus – курси з маркетингу. URL: <https://prometheus.org.ua>

13) Coursera – Digital Marketing Specialization (2023). URL: <https://www.coursera.org/specializations/digital-marketing>

14) OpenAI: застосування ШІ в маркетингу (2024). URL: <https://openai.com>

15) Українська бібліотечна асоціація – наукові ресурси. URL: <https://ula.org.ua>

ДОДАТКИ

Додаток А
Зразок титульної сторінки

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ЗВІТ ПРОХОДЖЕННЯ
НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ЗІ ВСТУПУ ДО ФАХУ

здобувача першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти 1 курсу ____ групи
факультету аграрного менеджменту
спеціальності 075 «Маркетинг»

(ПІБ здобувача)

(підпис)

Оцінка:
За національною шкалою
Кількість балів

Члени комісії:

(ПІБ)

(підпис)

(ПІБ)

(підпис)

(ПІБ)

(підпис)

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**ЩОДЕННИК ПРОХОДЖЕННЯ
НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ЗІ
ВСТУПУ ДО ФАХУ**

здобувача першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ____ курсу ____ групи
факультету аграрного менеджменту
спеціальності 075 «Маркетинг»

(ПІБ здобувача)

Календарний графік проходження навчальної практики

[illegible]

Керівники практики
від вищого навчального
закладу:

(прізвище та ініціали)

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. Сучасний маркетинг як фах і сфера професійної діяльності	6
1.1. Основні поняття, цілі та функції маркетингу	6
1.2. Актуальні напрями розвитку маркетингової діяльності в Україні та світі	8
1.3. Перспективи професії маркетолога на ринку праці	10
РОЗДІЛ 2. Організація освітнього процесу зі спеціальності 075 «Маркетинг»	12
2.1. Структура факультету аграрного менеджменту та роль кафедри маркетингу	12
2.2. Зміст освітньо-професійної програми: дисципліни, компетентності, очікувані результати	13
2.3. Форми самостійної, наукової, практичної та виховної роботи студентів	14
РОЗДІЛ 3. Професійне самовизначення майбутнього маркетолога	16
3.1. Ключові компетентності маркетолога: від комунікацій до аналітики	16
3.2. SWOT-аналіз особистості та виявлення професійної спрямованості	19
3.3. Планування кар'єрної траєкторії та розвиток soft skills	21
РОЗДІЛ 4. Роль студента-маркетолога в популяризації факультету та університету	23
4.1. Участь у профорієнтаційній діяльності: презентації, виставки, соцмережі	23
4.2. Розробка профорієнтаційних матеріалів: буклети, відео, digital-контент	25
4.3. Студент як бренд-амбасадор освітньої програми	27
ВИСНОВКИ	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	32
ДОДАТКИ	34

Додаток Г

Зразок оформлення списку використаних джерел

Характеристика джерела	Приклади бібліографічного опису
1	2
	Книги
Один автор	Скидан О. В. Аграрна політика в період ринкової трансформації: монографія. Житомир : ЖНАЕУ, 2008. 375 с.
Один автор (з редактором)	Воробей П. А. Кримінальна відповідальність за незаконну торговельнодіяльність : монографія / за ред. В. К. Матвійчука. Київ : Укр. академія внутр. справ, 1996. 116 с.
Два автори	Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом: навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ, 2005. 308 с.
Три автори	1. Скидан О. В., Ковальчук О. Д., Янчевський В. Л. Підприємництво усільській місцевості : довідник. Житомир, 2013. 321 с. 2. Лусь В.І., Киркач Т.Є., Мандріченко О.Є. Практикум з нарисної геометрії : навчальний посібник. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2014. 118 с.
Чотири і більше авторів	1. Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / В. В. Вітвіцький та ін. Київ : Укراгропромпродуктивність, 2006. 106 с. 2. Основи марикультури / І.І. Грициняк та ін. Київ : ДІА, 2013. 172 с.
Два та більше авторів (з редактором)	Методи підвищення природної рибопродуктивності ставів / Андрющенко А. І. та ін. ; за ред. М. В. Гринжевського. Київ, 1998. 124 с.
Колективний автор	1. Україна в цифрах. 2018 : статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2019. С. 8–10. 2. Органічне виробництво і продовольча безпека : зб. матеріалів доп. учасн. III Міжнар. наук.-практ. конф. / Житомир. нац. агроєкол. ун- т. Житомир : Полісся, 2015. 648 с.
Багатотомне видання	1. Генетика і селекція в Україні на межі тисячоліть : у 4 т. / гол.ред. В. В. Моргун. Київ : Логос, 2001. Т. 2. 636 с. 2. Енциклопедія історії України : в 10 т. / ред. рада : В. М. Литвин (гол.) та ін.; Ін-т історії України НАН України. Київ : Науковадумка, 2005. Т. 9. 300 с.
Видання за редакцією, укладачі, упорядники	1. Доклінічні дослідження ветеринарних лікарських засобів / заред. І. Я. Коцюмбаса. Львів : Тріада плюс, 2006. 360 с. 2. Експлуатація і технічне обслуговування газорозподільчих станцій магістральних газопроводів / відп. ред. А. А. Руднік. Київ, 2003. 370 с. 3. Правова основа діяльності органів державної влади: збірник нормативних актів / упоряд. П. М. Любченко. Харків : ФІНН, 2010. 303 с.
Автор і перекладач	Брігхем С. В. Основи фінансового менеджменту / пер. з англ. В. Біленького та ін. Київ : Молодь, 1997. 998 с.

Продовження додатка Г

1	2
	Частина видання
Розділ книги	1. Наумов М. С. Напрями впливу інтелектуалізації економіки на розвиток ринкових відносин в Україні. <i>Трансформаційні процеси в суспільстві в умовах інформаційної економіки</i> : монографія / В. П. Решетило, М. С. Наумов, Ю. В. Федотова. Харків, 2014. С. 213–241. 2. Саблук П. Т. Напрямки розвитку економіки в аграрній сфері виробництва. <i>Основи аграрного підприємництва</i> / за ред. М. Й. Маліка. Київ, 2000. С. 5–15.
Стаття в журналі, газеті	1. Якобчук В. П. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку підприємництва в аграрній сфері. <i>Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія: Економіка</i>. 2013. Вип. 148. С. 31–34. 2. Масловська Л. Ц., Савчук В. А. Оцінка результативності і ефективності виробництва органічної агропродовольчої продукції. <i>Агросвіт</i>. 2016. № 6. С. 23–28. 3. Акмеологічні засади публічного управління / Є. І. Ходаківський та ін. <i>Вісник ЖНАЕУ</i>. 2017. № 1, Т. 2. С. 45–58. 4. Dankevych Ye. M., Dankevych V. Ye., Chaikin O. V. Ukraine agricultural land market formation preconditions. <i>Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis</i>. 2017. Vol. 65, № 1. P. 259–271.
Тези доповідей, матеріали конференцій	1. Зінчук Т. О. Економічні наслідки впливу продовольчих органічних відходів на природні ресурси світу. <i>Органічне виробництво і продовольча безпека</i> : зб. матеріалів доп. учасн. II Міжнар. наук.-практ. конф. Житомир : Полісся, 2014. С. 103–108. 2. Скидан О. В., Судак Г. В. Розвиток сільськогосподарського підприємництва на кооперативних засадах. <i>Кооперативні читання: 2013 рік</i> : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 4–6 квітня 2013 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2013. С. 87–91.
	Електронні ресурси
Книги	Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Товарна інноваційна політика : підручник. Суми : Університетська книга, 2007. 281 с. URL: ftp://lib.sumdu.edu.ua/Books/1539.pdf (дата звернення: 10.11. 2017)
Періодичні видання	1. Клітна М. Р., Брижань І. А. Стан і розвиток органічного виробництва та ринку органічної продукції в Україні. <i>Ефективна економіка</i>. 2013. № 10. URL: http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=2525 (дата звернення: 12.10.2017). 2. Загорельська Т. Ю., Ступнікер Г. Л., Крутиков К. М. Особливості податкового регулювання підприємницької діяльності в Україні. <i>Східна Європа: економіка, бізнес та управління</i>. 2018. Вип. 6 (17). С. 189–193.
Сторінки з вебсайтів	1. Що таке органічні продукти і чим вони кращі за звичайні? <i>Екологія життя</i> : веб сайт. URL: http://www.ec_liv.com.u (дата звернення: 12.10.2017).
	1. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення 4.12.2020)

Продовження додатка Г

1	2
Закони та інші нормативні документи	2. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text (дата звернення 4.12.2020) 3. Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року : проект / Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: http://minagro.gov.ua/apk?nid=16822 (дата звернення: 13.10.2017). 4. Податковий кодекс України: Закон від 02.12.2010 р. № 2755-VI URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. (дата звернення: 17.09.2019).
Дисертації та автореферати	1. Судак Г. В. Організаційно-економічні засади розвитку підприємництва на сільських територіях: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Житомир, 2018. 234 с. URL: http://znau.edu.ua/images/public_document/2019/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1.pdf 2. Усюк Т. В. Інституційні засади розвитку сільського підприємництва дисертація: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Житомир, 2014. 238 с. URL: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/4121/3/IZRSP_2014_238.pdf 3. Шпикуляк О. Г. Інституції у розвитку та регулюванні аграрного ринку: теорія, методологія і організація: автореф. дис. ... докт. екон. наук : 08.00.03. Київ, 2010. 28 с. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=ARD&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2010/10sogtmo.zip&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1
	Інші документи
Стандарти	1. ДСТУ ISO 9001: 2001. Системи управління якістю. [Чинний від 2001-06-27]. Київ, 2001. 24 с. (Інформація та документація). 2. СОУ–05.01-37-385:2006. Вода рибогосподарських підприємств. Загальні вимоги та норми. Київ : Міністерство аграрної політики України, 2006. 15 с. (Стандарт Мінагрополітики України)
Архівні матеріали	1. Науковий архів Інституту історії України НАН України. Ф. 2. Оп. 3. Спр. 170. № 1. Арк. 5. Заява приват-доцента по кафедрі філософії Київського університету П. Светлова від 23.10.1919 про необхідність читання курсу гносеології // Державний архів м. Києва. Ф. 16. Оп. 469. Спр. 381. 13 арк.
Патенти, свідоцтва	1. Комбайн рослинозбиральний універсальний : пат. 77937 Україна : МПК A01D 41/02, A01D 41/04, A01D 45/02. № а 2011 09738; заявл. 05.08.2011; опубл. 11.03.2013, Бюл. № 5.
Препринти	Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль : Ін-т пробл. безпеки АЕС НАН України, 2006. 7 с. (Препринт. НАН України, Ін-т пробл. безпеки АЕС; 06-1).
Каталоги	Національна академія наук України. Анотований каталог книжкових видань 2008 року. Київ: Академперіодика, 2009. 444 с.