

Розробники програми: Воронько Н.І., викладач вищої категорії
Гроха С.Г., викладач вищої категорії

Обговорено на засіданні циклової комісії «Маркетингу, торгівлі та біржової діяльності

«18» 04 20 24 року, протокол № 9

Голова циклової комісії  С.Г. Гроха

Обговорено та рекомендовано до затвердження методичною радою

«25» 04 20 24 року, протокол № 5

ВСТУП

Практична підготовка здобувачів фахової передвищої освіти вищого навчального закладу є обов'язковою частиною освітньої програми для здобуття кваліфікаційного ступеня фаховий молодший бакалавр, органічно пов'язана з навчальним процесом і має на меті придбання здобувачами освіти професійних навичок і вмій, забезпечення росту їх кваліфікації у відповідності з вимогами навчального плану.

Практика здобувачів фахової передвищої освіти Відокремленого структурного підрозділу «Фаховий коледж бізнесу та харчових технологій Запорізького національного університету» зі спеціальності 075 «Маркетинг» усіх форм навчання є невід'ємною складовою частиною підготовки фахівців, передбаченою освітньо-професійною програмою та навчальним планом.

Організація практичної підготовки регламентується Типовим положенням про організацію освітнього процесу закладів фахової передвищої освіти та Положенням про практичну підготовку здобувачів фахової передвищої освіти, затвердженим Міністерством освіти і науки України 02.05.2023 р. №510, Положенням про проведення практики студентів ВСП «Фаховий коледж бізнесу та харчових технологій ЗНУ», затвердженим у 2023р.

Наскрізна програма практики є основним навчально-методичним документом практики, в якому розглядаються система змісту організації, керівництва, проведення та підведення підсумків усіх видів практики (навчальної, технологічної) зі спеціальності.

Наскрізна програма складена на основі освітньо-професійної програми та відповідає стандартам фахової передвищої освіти. Програма практики розроблена у відповідності до затвердженого навчального плану, структурно-логічної схеми освітньо-професійної програми, кваліфікаційної характеристики фахового молодшого бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Наскрізна програма розробляється цикловою комісією один раз на три роки, затверджується заступником директора з навчально-виховної роботи коледжу.

На підставі цієї програми розробляються робочі програми практики, які затверджуються заступником директора НВР.

І ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Метою практики є оволодіння здобувачами фахової передвищої освіти сучасними методами, формами організації та знаряддям праці в галузі їх майбутньої професії, формування у них на базі одержаних в навчальному закладі знань, професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи в реальних ринкових і виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності.

Комплекс навчальної та виробничої практик спрямований на формування умінь, навичок, компетенцій, що відповідають кваліфікації, яку отримує здобувач фахової передвищої освіти на кожному освітньому рівні та дає можливість

займати відповідні посади. Практика здобувачів освіти передбачає цілісність, безперервність та послідовність при одержанні потрібного достатнього обсягу практичних знань і умінь.

Наскрізна програма практики має завдання створити систему постійної практичної підготовки фахівців з послідовним нарощуванням рівня професійних знань та практичних навичок. Послідовне розширення та ускладнення кола професійних вмінь від етапу до етапу визначає спадкоємність та розвиток змісту окремих етапів практики.

Навчальна практика є першим етапом практичного навчання, її зміст визначає вихідний рівень професійних вмінь. Технологічна практика є заключним етапом, змістом якої є передбачення формування професійних навичок самого високого рівня.

Для здобувачів фахової передвищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» навчальним планом передбачено: (табл. №1)

Таблиця 1

№ з/п	Вид практики	Обсяг кредитів	Семестр	Тривалість практики (тижні)	Первинна посада, за якою проходить практика	Компетентності, якими повинен оволодіти студент
1	Навчальна практика з комп'ютерної техніки	3	5	2	Організатор із збуту	<p>ІК.</p> <p>Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів соціальних та поведінкових наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях</p> <p>ЗК 3.</p> <p>Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях</p> <p>ЗК 4.</p> <p>Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел</p> <p>ЗК 5.</p> <p>Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології.</p> <p>СК 9.</p> <p>Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні конкретних маркетингових рішень.</p> <p>СК 12.</p> <p>Здатність до управління маркетинговими комунікаціями в онлайн-середовищі, включаючи навички управління веб-сайтом, соціальними медіа, електронною поштою та іншими цифровими каналами комунікації.</p>

2	Навчальна практика з маркетингової діяльності	4,5	6	3	Організатор із збуту Агент рекламний Представник з реклами Фахівець з інтерв'ювання Мерчендайзер	ІК. Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів соціальних та поведінкових наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 4 Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5 Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6 Здатність брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7 Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 10 Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК 13. Здатність до управління взаєминами з клієнтами та створення лояльності, включаючи вміння будувати та підтримувати довгострокові взаємовигідні відносини зі споживачами, клієнтами та партнерами.
3	Технологічна практика	9	6	6	Дилер Торговець (власність) Агент комерційний Агент торговельний Комівояжер Мерчендайзер Організатор із збуту Агент рекламний	ІК. Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів соціальних та поведінкових наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

				Представник реклами Фахівець галузі управління Фахівець інтерв'ювання Фахівець методів розширення ринку збуту	3 в 3 3	ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології. СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 3. Здатність планувати маркетингову діяльність ринкового суб'єкта. СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності. СК 6. Здатність брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК 13. Здатність до управління взаєминами з клієнтами та створення лояльності, включаючи вміння будувати та підтримувати довгострокові взаємовигідні відносини зі споживачами, клієнтами та партнерами.
--	--	--	--	---	------------------	--

II ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ

Навчальна практика

Навчальна практика зі спеціальності 075 «Маркетинг» поділяється на навчальну практику з комп'ютерної техніки і навчальну практику з маркетингової діяльності.

Практика здійснюється з чергуванням з теоретичними заняттями в межах навчального року або семестру та об'ємах, встановлених навчальним планом.

Тривалість аудиторної роботи здобувача фахової передвищої освіти під час проведення навчальної практики становить 24 академічні години. На базі

практики у виробничих умовах - не перевищувати 36 годин на тиждень.

Навчальна практика з комп'ютерної техніки проходить на базі навчальних аудиторій, методичних кабінетів, комп'ютерних класів. Вона є завершальним етапом вивчення дисципліни Інформатика і комп'ютерна техніка та проходить протягом 2 тижнів під керівництвом викладачів з комп'ютерної техніки та інформаційних систем.

Практика здійснюється з чергуванням з теоретичними заняттями в межах навчального року або семестру та об'ємах, встановлених навчальним планом.

Тривалість аудиторної роботи здобувача фахової передвищої освіти під час проведення навчальної практики становить 24 академічні години. На базах практики у виробничих умовах - не перевищувати 36 годин на тиждень.

Мета практики – закріплення та розширення знань одержаних студентами під час вивчення дисципліни та набуття практичних навичок, їх використання при розв'язанні реальних галузевих задач з застосування сучасних програмних засобів. Особлива увага при проходженні практики звертається на розв'язання економічних, маркетингових задач. Здобувач освіти повинен демонструвати керівнику практики проміжні та кінцеві результати виконаної роботи на комп'ютері. Після закінчення практики студент подає звіт про практику та складає залік. Залікова оцінка виставляється у відомість і заноситься в індивідуальний план здобувача освіти.

Навчальна практика з маркетингової діяльності проходить в навчально-виробничих підприємствах з якими укладено угоду про проходження навчальної практики. Це підприємства юридичні особи різних форм власності і типів господарювання, що здійснюють торговельну, виробничо-торговельну, виробничу діяльність, надають послуги (торгові центри, гіпермаркети, супермаркети виробничі підприємства, банки та ін.)

На цих підприємствах мають застосовуватись передові форми і методи організації праці, підприємства оснащені новітнім торговельним і виробничим обладнанням, це підприємства з високою культурою праці, укомплектовані висококваліфікованими кадрами.

Метою навчальної практики є поглиблення знань з предметів: основи ринкових досліджень, маркетинг, розробка товарів, комунікаційна діяльність. Протягом практики студенти знайомляться з рівнем розробки маркетингової стратегії підприємства, формуванням попиту і обґрунтованістю асортиментної та цінової політики підприємства, організацією виробництва, торгівлі, збуту, реклами та товарозабезпечення, дослідження товарного ринку.

В період проходження навчальної практики здобувачі фахової передвищої освіти ведуть щоденники, в яких фіксують всі види роботи практиканта та виконання завдань згідно програми.

Підсумковим контролем практики є оцінювання. Після закінчення практики здобувачі фахової передвищої освіти складають залік, отримують оцінку, що оформлюється відомістю, оцінка заноситься в індивідуальний план здобувача освіти.

Технологічна практика є логічним продовженням усіх видів практики і заключним етапом підготовки фахового молодшого бакалавра. На меті практики є

поглиблення та закріплення знань з фахових та управлінських дисциплін. Вона проводиться на підприємствах де мають бути передові форми і методи організації планово-економічної роботи, виробничої, комерційної, маркетингової роботи, реклами, розвитку та управління персоналом, впроваджуватись прогресивні технології виробництва, торгівлі, організації праці і управління.

Підприємства повинні мати належну матеріально-технічну базу, укомплектовані висококваліфікованими фахівцями, здатними надати допомогу здобувачам освіти, навчити студентів передовим знаряддям праці, передати уміння і знання.

В період проходження технологічної практики студенти набувають навичок роботи за фахом шляхом глибокого, всебічного вивчення технології маркетингу, проведення рекламних заходів, розробки товару, цінової та асортиментної політики, дослідження ринку товарів, конкурентоспроможності продукції, розвитку та управління персоналом, управління підприємством, його структурними підрозділами, придбання навичок спілкування та контактування з управлінськими та іншими працівниками підприємства, вирішення конфліктних ситуацій в первинних колективах, аналізу і вироблення обґрунтованих управлінських рішень у відповідній сфері діяльності.

Здобувачі фахової передвищої освіти ведуть щоденник-звіт, виконують індивідуальне завдання, по закінченню технологічної практики надають звіт, отримують оцінку, яка заноситься у відомість та індивідуальний план здобувача освіти.

Індивідуальні завдання виконуються за запропонованими темами, їх перелік надається в програмі технологічної практики. Завдання можуть бути пов'язані з навчально-дослідницькою, пошуковою роботою циклової комісії. Кожен рік поновлюється тематика завдань, заміна новими завданнями повинна відбуватись не менше як на 30%. Зміст індивідуального завдання визначає студент і погоджує з керівником практики, порядок виконання завдання визначається керівником практики.

Перед виходом на практику в кожній навчальній групі проводяться консультації, де здобувачі фахової передвищої освіти знайомляться з метою і задачами практики, порядком і послідовністю відпрацювання завдань програми, графіком проходження практики, керівниками практики від підприємства, порядком оцінки знань і навичок, організацією проведення екзамену, захисту щоденника; прослуховують інструктажі з техніки безпеки.

Тривалість робочого дня на базових підприємствах з виконання програми технологічної практики визначається погодженням коледжу і бази практики, з урахуванням віку здобувача фахової передвищої освіти і повинна відповідати нормам законодавства та не перевищувати 8 годин.

З підприємствами, базами практики, повинні бути укладені договори на проходження практики. Пропозиції щодо баз практики та укладання з ними договорів надається щорічно випускною цикловою комісією завідувачу навчально-виробничої практики за місяць до початку практики. На основі договору здобувачі освіти отримують направлення на проходження практики, яке готує керівник практики за встановленою формою і надає завідувачу практикою

для подальшого оформлення.

З кожного виду пратики повинна бути підготовлена відповідна документація:

- діюча програма практики;
- робочий план пратики (для навчальної пратики);
- щоденник навчальної пратики студента;
- календарний графік пратики;
- направлення кожному студенту на практику;
- наказ директора про розподіл студентів на місця пратики;
- щоденник-звіт студента;

Здобувачі фахової передвищої освіти до початку пратики повинні: отримати від керівника пратики консультації щодо оформлення всіх необхідних документів; своєчасно прибути на базу пратики і регулярно відвідувати місце пратики; в повному обсязі виконувати завдання, предбачені програмою пратики; своєчасно оформляти щоденник, звіт; захистити звіт; здати його до навчальної частини для реєстрації.

Керівництво практикою

Для керівництва усіма видами пратики призначаються керівники пратики від навчального закладу та від підприємства.

Керівниками навчальної пратики від навчального закладу призначаються фахові викладачі, а від підприємств – провідні спеціалісти, керівники підрозділів, що мають достатній досвід практичної роботи і відповідну освіту.

Викладачі сумісно з керівниками пратики від підприємства здійснюють розподіл здобувачів освіти по робочих місцях, забезпечують щоденними завданнями згідно з програмою і графіком, навчають прийомам праці, контролюють виконання завдань, правил техніки безпеки, проводять виховну роботу.

Керівництво технологічною практикою здійснюється викладачами спеціальних дисциплін, які забезпечують виконання здобувачами фахової передвищої освіти програми пратики в повному обсязі, консультують студентів, контролюють термін виконання завдань, застосовуючи, як групові так і індивідуальні форми навчання. Безпосереднє керівництво практикою здобувачів освіти на підприємствах покладається на керівників підприємств, керівників підрозділів, провідних фахівців та інших спеціалістів з вищою освітою, які створюють необхідні умови для проходження пратики, забезпечують інформацією, звітністю, нормативними та іншими документами, залучають студентів до участі у поточній роботі підрозділу підприємства, допомагають здобувачам освіти в збиранні матеріалів, контролюють виконання завдань.

Призначення керівників пратики від коледжу проводиться наказом коледжу про педнавантаження, керівників від підприємств – наказом по підприємству.

Розподіл здобувачів фахової передвищої освіти за об'єктами пратики проводиться відповідно договорів з підприємствами про надання місця для проходження пратики і оформлюється наказом директора навчального закладу.

Дистанційна форма проходження практики

Карантинні обмеження, надзвичайні ситуації техногенного, природного характеру, воєнний стан можуть внести корективи в організацію освітнього процесу. За рішенням педагогічної ради освітні компоненти здобувачі освіти можуть опановувати в дистанційній формі.

В цьому випадку використовуються різні технічні засоби комунікації та он-лайн платформи.

Для забезпечення проходження практики дистанційно використовуються технології дистанційного навчання, методичні та дидактичні матеріали для самостійної роботи здобувачів освіти.

В умовах дистанційного проходження практики зміст завдань може змінюватись залежно від режиму і форми роботи підприємств. Залікові заходи проводяться у вигляді он-лайн занять. Звітна документація подається викладачу-керівнику практики в електронному вигляді. Звіти практики заповнюються в електронному вигляді з подальшим його пред'явленням у друкованому вигляді.

ІІІ ПРОГРАМИ ОКРЕМИХ ВИДІВ ПРАКТИКИ

Програма навчальної практики з комп'ютерної техніки

Програма навчальної практики з маркетингової діяльності

Програма технологічної практики.

Програми окремих видів практики складаються із вступу, де визначено вимоги до баз практики, обов'язки керівників практики від коледжу, від підприємств, обов'язки здобувачів фахової передвищої освіти. В програмі визначаються цілі і задачі окремих видів практики, тематичний план, надається зміст завдань практики, методичні рекомендації щодо їх виконання, перелік індивідуальних завдань, перелік навчальних посібників. В програмі зазначаються форми і методи контролю, критерії оцінок, вимоги до звіту, щоденнику, підтвердження підсумків практики.

Програми окремих видів практики є складовою наскрізної програми.