

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Фаховий коледж інженерії, управління та землевпорядкування  
Державного некомерційного підприємства  
«Державний університет «Київський авіаційний інститут»


**ПОГОДЖЕНО**

Завідувач навчально-виробничої  
практики

 /Андрій ПОНОМАРЕНКО/  
«27» 08 2025р.

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Заступник директора з навчально-  
методичної роботи

 /Альона ХЕБДА/  
«27» 08 2025 р.

**НАСКРІЗНА ПРОГРАМА  
ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ**

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

Освітньо-професійний ступінь фаховий молодший бакалавр

Наскрізну програму практичної підготовки розроблено на основі освітньо-професійної програми «Маркетинг», навчальних планів підготовки за денною формою здобувачів фахової передвищої освіти освітньо-професійного ступеня «Фаховий молодший бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

#### РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ

Викладач вищої категорії



Леся ГАВРУТЕНКО

Викладач вищої категорії



Віта ГОМЕНЮК

Обговорено на засіданні циклової комісії управління та адміністрування  
Протокол № 1 від «26» серпня 2025р.

Голова циклової комісії  
управління та адміністрування



Леся ГАВРУТЕНКО

Робочу програму наскрізної програми практичної підготовки практики обговорено та схвалено на засіданні Науково-методичної ради Протокол №1 від «24» 08 2025р.

Голова НМР



Альона ХЕБДА

## ЗМІСТ

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ .....	4
1.1 Мета та завдання практик.....	5
1.2 Організація практики .....	5
1.3 Бази практичної підготовки.....	6
1.4 Керівництво та контроль за проходженням практики .....	7
1.5 Оформлення та захист звіту .....	9
2. ПРОГРАМИ ОКРЕМИХ ВИДІВ ПРАКТИК .....	10
2.1 Навчальна практика .....	10
2.2 Виробнича практика .....	13

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Наскрізна програма практичної підготовки здобувачів освіти повинна сприяти забезпеченню якісної теоретичної підготовки випускників, формуванню в них професійних практичних знань, умінь та навичок, необхідних для майбутньої праці, вивченню основ організаторської та управлінської діяльності.

Наскрізна програма практичної підготовки є однією з основних форм освітнього процесу, спрямована на формування й виховання висококваліфікованого фахівця. Основним навчально-методичним документом, що визначає проведення практики, що регламентує навчальну діяльність здобувачів освіти і діяльність викладача на практиці, є наскрізна програма практичної підготовки. Наскрізна програма практичної підготовки забезпечує єдиний комплексний підхід до організації практичної підготовки, системності, безперервності й наступності навчання здобувачів освіти. Наскрізна програма забезпечує єдиний комплексний підхід до організації виробничої практичної підготовки, системності, безперервності та спадкоємності навчання здобувачів освіти. Наскрізна програма є основою для складання робочих програм практики, що враховує особливості баз практики й конкретні умови проходження практики.

Наскрізна програма практичної підготовки складена з урахуванням видів практик та їх тривалості.

При підготовці фахівців освітньо-професійного рівня фаховий молодший бакалавр спеціальності 075 Маркетинг складовими практичної підготовки студентів є такі види практики, наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

### Перелік видів практики

Вид практики	Семестр проведення	Тривалість (годин)
Навчальна практика	4 семестр	180
Виробнича практика	6 семестр	270

## **1.1 Мета та завдання практик**

Метою практичної підготовки є формування та розвиток професійних компетентностей здобувачів фахової передвищої освіти, набуття ними вмій застосовувати набуті теоретичні знання в професійній діяльності, набуття практичного досвіду, оволодіння сучасними методами, формами організації праці, пристроями і технологіями в галузі їх майбутньої спеціальності.

Практика студентів передбачає безперервність та послідовність її проведення, органічне поєднання з практичними заняттями, отримання студентами достатнього обсягу практичних знань і умінь відповідно до освітньо-професійної програми підготовки фахівців з маркетингу.

Завданням навчальної практики є ознайомлення студентів зі специфікою майбутньої спеціальності, знайомство студентів з організацією та здійсненням маркетингової діяльності на підприємствах та організаціях; формування первинних професійних компетентностей з фахових дисциплін.

Завданням виробничої практики є закріплення та поглиблення теоретичних знань, отриманих студентами в процесі вивчення теоретичних дисциплін, практичних навичок зі спеціальності, а також збір фактичного матеріалу для написання звіту.

## **1.2 Організація практики**

Керівництво з урахуванням видів практик здійснюють викладачі циклової комісії відповідно до навчального навантаження.

Відповідальний за проведення практики вчасно доводить до здобувача освіти інформацію щодо баз практики. Здобувачі освіти у зазначений термін подають заяву з зазначенням бази практики.

Офіційною підставою для проведення виробничої практики здобувачів освіти на виробництві є договір, який укладається між коледжем та підприємством.

Керівник підприємства-базы практики видає наказ, де визначає порядок організації та проведення практики, заходи щодо створення необхідних умов студентам-практикантам для виконання ними програми практики, щодо охорони праці та запобігання виникнення нещасних випадків, контролю за виконанням

студентами правил внутрішнього трудового розпорядку, інші заходи, призначає керівника практики від підприємства.

Перед початком практики відповідальний за проведення практики проводить виробничу нараду студентів-практикантів та викладачів – керівників практики для роз'яснення мети, змісту та порядку проходження практики.

За місяць до практики відповідальний за проведення практики оформлює наказ про практику з вказівкою керівників.

На основі наказу викладач, відповідальний за практику формує графік відвідувань керівниками здобувачів освіти на їх робочих місцях з метою надання консультацій та контролю проходженням практики.

Перед відправкою до бази практики здобувач освіти повинен одержати щоденник практики, програму її проходження, індивідуальне завдання..

У період проходження практики здобувач освіти повинен:

- виконувати завдання, передбачені програмою практики та календарним графіком;
- підпорядковуватися діючим правилам внутрішнього трудового розпорядку підприємства;
- суворо дотримуватися правил техніки безпеки та охорони праці;
- працювати на робочому місці, яке вказано керівником практики від підприємства і нести відповідальність за виконану роботу та її результати нарівні зі штатними робітниками;
- систематично вести щоденник проходження практики.

### **1.3 Бази практичної підготовки**

Навчальна практика проводиться на базі коледжу. Виробнича практика проводиться на підприємствах, в організаціях, науково-дослідницьких інститутах, банках, страхових компаніях та інших установах, що займаються маркетинговою діяльністю.

Вибір бази виробничої практики рекомендується обирати підприємства, які мають договір з коледжем про підготовку для них фахівців.

До участі у проведенні виробничої практики залучаються підприємства та

організації, які використовують маркетингову діяльність, яка застосовується в різних сферах діяльності.

Здобувачі освіти можуть самостійно підбирати для себе місця проходження практики та пропонувати їх для використання.

Закріплення баз практики проводиться згідно до встановленого порядку міністерства освіти і науки України.

Тривалість дії договорів узгоджується сторонами договорів та може бути визначена на період конкретного виду практики.

Бази практики повинні:

- мати високий рівень техніки та технології, організації та культури працівників маркетинговій сфері;
- забезпечувати можливість поступового проведення навчальної та виробничої практики за умови дотримання прийнятності їх робочих програм.

Функції підприємства-базі практики:

- забезпечувати якісне проведення інструктажу з пожежної безпеки охорони праці, техніки безпеки та промислової санітарії;
- надавати згідно з робочою програмою здобувачам освіти місця практики, які забезпечують найбільшу ефективність її проходження;
- створювати необхідні умови для одержання здобувачами освіти в період проходження практики знань за спеціальністю;
- дотримуватись календарного графіку проходження практики;
- надавати студентам-практикантам можливість користуватися літературою, проектною, техніко-економічною та іншою документацією;
- забезпечувати та контролювати дотримання студентами-практикантами правил внутрішнього трудового розпорядку, які встановлені для конкретного підприємства, у тому числі час початку та закінчення роботи.

Безпосереднє керівництво виробничою практикою покладається за наказом керівника підприємства на провідних спеціалістів структурних підрозділів.

#### **1.4 Керівництво та контроль за проходженням практики**

Викладач, відповідальний за проведення практики:

- забезпечує якісне виконання програми практики та високу якість її проведення;
- призначає керівниками навчальних та виробничої практики досвідчених викладачів;
- розподіляє на основі укладених з підприємством договорів здобувачів освіти за базами практики;
- призначає старшого з групи здобувачів освіти, які проходять практику на одному підприємстві;
- забезпечує підприємство, а також самих практикантів програмами практики;
- здійснює суворий контроль за організацією та проведенням виробничої практики здобувачів освіти на підприємстві, і дотриманням строків та змісту.

Обов'язки керівника практики від коледжу:

- забезпечити проведення всіх організаційних заходів перед відправкою здобувачів освіти на практику;
- забезпечити високу якість проходження практики і сувору відповідальність її навчальному плану й програмі;
- надавати консультації здобувачам освіти з усіх питань практики;
- контролювати додержання студентами-практикантами правил внутрішнього розпорядку;
- здійснювати поточний контроль проходження практики у відповідності із календарним графіком;
- розглядати звіти здобувачів освіти з практики, надавати відгук та висновок з практики та звіту.

В обов'язки керівника практики від підприємства входить:

- познайомити здобувачів освіти з організацією праці на конкретному робочому місці;
- здійснювати постійний контроль за виробничою роботою практикантів, допомагати їм вірно виконувати всі завдання на даному робочому місці, консультувати по виробничих питаннях;
- контролювати ведення щоденників, підготовку звітів студентами-

практикантами та складати на кожного здобувача освіти виробничу характеристику-відгук керівника практики від підприємства.

### **1.5 Оформлення та захист звіту**

У ході практики здобувач освіти мають скласти письмовий звіт. Звіт з виробничої практики підписують у керівника практики від підприємства, поставлять печатку і разом з оформленим відповідним чином щоденником практики, характеристикою-відгуком від підприємства здати керівнику практики від коледжу.

Звіт з практики складається після збору матеріалів та виконання розділів програми, його оформлення закінчується на підприємстві до моменту закінчення практики.

Додаток до звіту складається з форм зібраних первинних документів, вихідних машинограм, схем та програм.

Захист здобувачем освіти звіту здійснюється перед керівником практики від коледжу.

## 2. ПРОГРАМИ ОКРЕМИХ ВИДІВ ПРАКТИК

### 2.1 Навчальна практика

Навчальна практика є частиною освітнього процесу й організовується для здобувачів освіти 2 курсу у 4 семестрі.

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

Завданнями навчальної практики є: безпосередня практична підготовка здобувачів 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 освітньо-професійною програмою «Маркетинг»; отримання практичних умінь і навичок; систематичного оновлення своїх знань та творчого застосування їх у практичній діяльності.

У результаті проходження навчальної практики здобувач освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійній програмі «Маркетинг» підготовки фахових молодших бакалаврів.

Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна практика:

РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.

РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.

РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.

Компетентності, які дає можливість здобути навчальна практика:

Загальні:

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні

види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

Спеціальні (Фахові):

СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.

СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.

### Програма навчальної практики

№ п/п	Зміст роботи	Кількість годин
1	Вступ. Ознайомлення з програмою практики. Інструктаж з охорони праці і пожежної безпеки	13
2	Сутність та визначення маркетингу	13
3	Характеристика маркетингових спеціальностей	15
4	Нормативне забезпечення маркетингової діяльності	13
5	Специфіка роботи маркетолога у фінансово-кредитній сфері	17
6	Специфіка роботи маркетолога у консалтингових компаніях	17
7	Специфіка роботи маркетолога у промислових холдингах та виробничих підприємствах	17
8	Специфіка роботи маркетолога у торговельних підприємствах	15
9	Створення нового товару, послуги, нової споживчої цінності	15
10	Реклама у маркетингу	17
11	Оформлення звіту та щоденника з навчальної практики	15
12	Захист звіту	13
	Всього	180

## 2.2 Виробнича практика

Виробнича практика проводиться на 3 курсі у 6 семестрі, метою практики є набуття здобувачами фахової передвищої освіти сучасних інструментів, методів і технологій у сфері майбутньої професійної діяльності, а також формування на основі отриманих в коледжі знань практичних умінь і навичок, необхідних для самостійного прийняття рішень у реальних умовах роботи. Важливим аспектом є розвиток потреби у безперервному оновленні знань, здійсненні наукових досліджень і творчому застосуванні набутих компетентностей у практичній діяльності.

Основними завданнями виробничої практики є:

1. Поглиблення, закріплення, систематизація та практичне застосування теоретичних знань, отриманих під час вивчення дисциплін професійної підготовки, а також формування компетентностей, передбачених освітньо-професійною програмою «Маркетинг».
2. Розвиток сучасного економічного мислення та усвідомлення важливості використання маркетингового підходу в діяльності організацій;
3. Набуття практичних навичок самостійного формування і виконання завдань, проведення розрахунків, підготовки обґрунтованих пропозицій і висновків;
4. Розвиток умінь здійснювати науково-дослідну діяльність і вирішувати прикладні завдання;
5. Застосування на практиці методів і інструментів маркетингу, а також розробка заходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності досліджуваного об'єкта;
6. Опанування методів управління та організації роботи за обраною професією;
7. Формування здатності приймати самостійні рішення в умовах реального ринкового та виробничого середовища;
8. Набуття вмінь обґрунтовувати напрями маркетингової діяльності підприємств і організацій різних форм власності та сфер діяльності, а також розробляти пропозиції щодо вирішення їхніх проблем і розвитку на основі маркетингового підходу;

9. Усвідомлення необхідності постійного оновлення знань, розвитку як професійних (hard skills), так і універсальних (soft skills) компетентностей та їх ефективного застосування.

Після проходження виробничої практики здобувачі освіти фахової передвищої освіти набувають відповідних програмних компетентностей і досягають визначених результатів навчання.

Компетентності, які дає можливість здобути виробнича практика:

Загальні компетентності (ЗК):

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

ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК8. Здатність працювати в команді.

Спеціальні компетентності (СК):

СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

СК7. 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.

СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.

СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.

СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Результати навчання, які дає можливість досягти виробнича практика:

РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.

PH 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.

PH 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

PH 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.

PH 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

PH 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.

PH 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.

PH 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.

PH 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.

PH 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.

PH 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.

PH 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

PH 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.

Виробнича практика є завершальним етапом освітнього процесу і проводиться з метою узагальнення та вдосконалення знань, практичних умінь і навичок, набуття професійного досвіду та готовності майбутнього фахівця до самостійної професійної діяльності.

## Програма виробничої практики

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Вступ. Ознайомлення з програмою практики. Інструктаж з охорони праці і пожежної безпеки	20
	<b>1. Загальне ознайомлення з організацією роботи підприємства</b>	
2	1.1. Загальна характеристика діяльності підприємства: історія створення, форма власності, організаційна форма, аналіз основних показників діяльності.	30
3	1.2. Дослідження виробничої та організаційної структури підприємства. Визначення місця маркетингового підрозділу.	30
	<b>2. Дослідження маркетингової діяльності підприємства</b>	
4	2.1. Аналіз стану та узагальнення тенденцій розвитку ринку на якому функціонує підприємство (сфери, в якій функціонує організація)	30
5	2.2. Характеристика елементів маркетингового мікросередовища підприємства: споживачів, конкурентів, постачальників, посередників, стейкхолдерів та інших контактних аудиторій	40
6	2.3. Дослідження системи управління маркетингом на підприємстві	30
7	2.4. Дослідження елементів комплексу маркетингу підприємства	30
8	<b>3. Розробка пропозицій з удосконалення маркетингової діяльності підприємства</b>	30
9	Оформлення звіту з практики.	30
	Всього:	270