

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

**ПРОГРАМА  
ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

для студентів ІІІ курсу напрямку підготовки 6.030507 “Маркетинг”

м. Дніпропетровськ 2015 р.

Методичні вказівки з виробничої практики для студентів III курсу напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»/ Укладач: Т.Б. Решетілова. - Дніпропетровськ: Державний ВНЗ «НГУ», 2015. - 16 с.

Укладач:

Т.Б. Решетілова, д.е.н., проф.

Відповідальна за випуск: завідувача кафедрою маркетингу

Т.Б. Решетілова, д.е.н., професор

© НГУ, 2015

© Т.Б. Решетілова, 2015

## **ВСТУП**

Програма виробничої практики за напрямом 6.030507 «Маркетинг» є основним навчально-методичним документом, що визначає порядок проходження практики для студентів-бакалаврів і функції керівників практики.

Основна задача виробничої практики полягає у забезпеченні комплексного підходу до організації практичної підготовки фахівця, системності, безперервності і поступовості процесу навчання студентів-бакалаврів.

Тривалість практики 4 тижні.

### **1. МЕТА І ЗАДАЧІ ПРАКТИКИ**

1.1. Метою виробничої практики є оволодіння студентами сучасними засобами і навичками виробництва за однією з обраних тем, формування у них професійних вмінь для прийняття самостійних рішень в сучасних умовах функціонування підприємств, усвідомлення необхідності систематичного оновлення знань і творчого їх використання у виробничій діяльності, а також збір нормативно-довідкових і інформаційних матеріалів для написання курсових і інших індивідуальних робіт.

1.2. Задачі практики орієнтують студентів на вивчення, та осмислення реально господарюючого суб'єкту, який діє у сучасних умовах макро - і мікросередовища:

- ✓ закріплення і поглиблення теоретичних і практичних знань у галузі організації маркетингу на підприємстві;
- ✓ дослідження практики прийняття рішень з економічних та маркетингових проблем підприємства;
- ✓ набуття навичок управління маркетинговою службою підприємства;
- ✓ дослідження системи інформаційного забезпечення підприємства, збір необхідної первинної інформації для виконання курсових і інших індивідуальних робіт та розробка рекомендацій по удосконаленню

управління маркетинговою діяльністю підприємства;

- ✓ набуття навичок використання результатів досліджень у навчальному процесі.

## **2. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

Студент, що проходить практику, зобов'язаний :

**2.1. ЗНАТИ:** соціально-економічні та фундаментальні дисципліни, необхідні для успішного опанування методів економічного і системного аналізу в сфері маркетингової діяльності і проведення маркетингових досліджень, застосовувати економіко-математичні методи і сучасні комп'ютерні технології управління і обробки маркетингової інформації; розробляти конкретні пропозиції стратегії управління маркетингом.

**2.2. ВМІТИ:** виконувати конкретні економічні розрахунки з використанням прийомів і засобів, що отримали найбільше визнання і застосовуються у країнах з розвиненими ринковими відносинами; аналізувати маркетингові, організаційні, фінансово-економічні аспекти роботи підприємства, галузі, господарського комплексу країни згідно конкретних напрямків їх діяльності, проводити комплексні ринкові дослідження з використанням ЕОМ.

У процесі проходження практики студент **ЗОБОВ'ЯЗАНИЙ** зібрати і обробити необхідний практичний матеріал і використати його при написанні звіту про практику, курсових і інших індивідуальних робіт.

**2.3.** Базами практики для студентів є організації усіх форм власності, напряму діяльності, будь-якого географічного розташування.

База практики повинна надати можливість отримання необхідних матеріалів для подальшого написання курсових та інших індивідуальних робіт.

**2.5.** Тривалість практики визначається відповідно до затвердженого графіку організації навчального процесу за спеціальністю “Маркетинг”.

### **3. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ**

Навчально-методичне керівництво практикою здійснюють викладачі кафедри маркетингу.

#### **3.1. Викладач-керівник практики від університету зобов'язаний:**

- не пізніше, ніж за 2 дні до початку практики провести інструктаж з групами студентів, на якому обговорити задачі і мету практики, ознайомити з формами контролю і звітності про практику, а також з'ясувати індивідуальні навчально - дослідні завдання, видати студентам направлення на підприємства;
- консультувати студентів у процесі проходження практики в аудиторії НГУ відповідно до встановленого графіку;
- систематично інформувати кафедру (при необхідності деканат) про хід виконання практики; інформувати про всі випадки нез'явлення студентів на практику;
- подавати на кафедру пропозиції щодо вдосконалення цієї форми навчального процесу;
- організувати інструктаж з техніки безпеки і охорони праці на підприємстві;
- організувати страхування життя та здоров'я студентів на період проходження практики у відповідності до особливостей технологічних процесів підприємства.

Відповідальність за виникнення страхових випадків зі студентами у термін практики на підприємстві покладається на підприємство. Викладач, завідувач кафедри та керівництво НГУ не несуть за це відповідальності.

#### **3.2. Обов'язки керівника практики від підприємства:**

- ознайомити студентів з діяльністю підприємства і організацією служби маркетингу;
- ознайомити студентів з їх основними обов'язками на даному підприємстві, спрямованими на якісне виконання практики;
- забезпечити студентам доступ до всіх необхідних для проходження практики документів, здійснювати контроль за виконанням роботи;

- дати необхідні консультації про порядок змісту документації, а також про організаційну та функціональну діяльність підприємства;
- доручати студентам виконання окремих управлінсько-виробничих робіт, що знаходяться у компетенції маркетингових служб;
- формувати практичні навички і вміння студентів у галузі маркетингового менеджменту підприємства;
- перевірити звіт по практиці, дати рецензію на нього і скласти характеристику на студента під час перебування на підприємстві.

### **3.3. Основні обов'язки студента-практиканта:**

- в день прибуття на місце практики слід освідомитися про своє робоче місце і повідомити керівника практики від кафедри про початок проходження практики;
- вивчити і неухильно виконувати правила техніки безпеки і охорони праці, пройти відповідний інструктаж;
- здійснити страхування життя і здоров'я на період практики;
- дотримуватися правил внутрішнього розпорядку підприємства. Тривалість робочого дня студента повинна відповідати тривалості робочого дня робітника підприємства. За порушення правил внутрішнього розпорядку студенти відповідають перед адміністрацією підприємства і деканатом факультету;
- виконувати індивідуальне завдання по виробничій роботі;
- докладно описувати всі виконані за день роботи і щотижнево підписувати у керівника практики;
- зібрати і провести попередній аналіз даних, що потрібні для написання подальших робіт;
- своєчасно виконувати методичні вказівки керівників практики;
- по закінченню проходження практики підготувати звіт, що повинен відображати її зміст, мати додатки у вигляді заповнених і пронумерованих форм документів (на кожний документ повинно бути посилання в тексті).

## 4. ЗМІСТ ПРАКТИКИ

**4.1** .В процесі проходження практики студент зобов'язаний :

- закріпити теоретичні знання отримані при вивченні соціально-економічних і фундаментальних дисциплін;
- зібрати і обробити необхідний матеріал для подальшого виконання робіт;

**4.2.**Календарний план виробничої практики

№ з/п	Найменування заходів	Кількість роб. днів
1	Оформлення документів, інструктаж з охорони праці	1
2	Знайомство з базою практики: характеристика підприємства, оргструктури, статут	1
3	Збір і аналіз матеріалів з економічної діяльності підприємства	2
4	Аналіз і дослідження маркетингової діяльності підприємства	4
5	Виконання індивідуального завдання , аналіз і розробка пропозицій щодо удосконалення організації маркетингу на підприємстві	4
6	Підготовка матеріалів для написання індивідуальних та курсових робіт	2
7	Підготовка звіту, узгодження його з керівником практики від підприємства і представлення його керівникові від кафедри маркетингу	5
8	Захист звіту з виробничої практики згідно графіку навчального процесу	1

**4.3.** В процесі проходження практики студент зобов'язаний зібрати матеріал для подальшої практичної роботи

- погодити тему практичної роботи з конкретними умовами підприємства
- зібрати і узагальнити необхідний фактичний матеріал для індивідуальних та курсових робіт.

**4.4.** Об'єкт вибирається залежно від можливостей збору матеріалу, побажань і рекомендацій.

**4.5.** Збір і обробка матеріалу. Джерелом інформації для написання подальших практичних робіт на підприємстві є плани і звіти з різних напрямків господарчої діяльності, данні оперативного, статистичного, бухгалтерського обліку, інша оперативна документація підприємства (акти, доповідні записки тощо)

В основу практичної роботи повинні бути покладені ретельно підібрані, вірогідні, узагальнені та систематизовані відомості.

В процесі збору і первинної обробки вихідної інформації слід звертати увагу на кількісну відповідність аналогічних даних, що отримуються з різних джерел (планових і статистичних форм, обґрунтувань розрахунків). Наявність такої відповідності даних підтверджує їх вірогідність. При обробці інформації важливо використати отримані в університеті знання по статистиці, обчислювальній техніці, економічному аналізу.

При зборі та обробці матеріалів необхідно звертати увагу на все нове, що є в практиці господарювання і управління в даній галузі, передовий досвід, зокрема закордонний, нормативні документи (закони, положення, інструкції, стандарти тощо). Враховуючи ці матеріали слід дати оцінку стану маркетингової діяльності на підприємстві, виявити недоліки і обґрунтувати шляхи їх усунення, розробити необхідні пропозиції щодо ефективного рішення проблем.

Для організації ефективної роботи студента і систематизації матеріалу доцільно разом з керівником практики розробити програму збору матеріалів. Така програма дозволить: по-перше, в повному обсязі уявити перелік матеріалів, достатніх для аналізу, висновків і обґрунтування пропозицій; по-друге, правильно розподілити час на збір і аналіз матеріалів з використанням особистих спостережень, самостійних розрахунків і додаткового вивчення літературних джерел.

**4.6.** Рекомендації по підготовці і виконанню індивідуального завдання.



Індивідуальне завдання практиканту ставить мету - набуття вмінь і навичок поглибленого вивчення діяльності підприємства і самостійного рішення виробничих, маркетингових, управлінських завдань. Таких завдань може бути декілька (за погодженням з керівником практики від кафедри).

Індивідуальне завдання студенту узгоджується з керівником практики від кафедри і конкретизується під час проходження практики з участю керівника від підприємства.

Матеріали, що зібрані по індивідуальному завданню, повинні бути основою для виконання індивідуальних та курсових робіт.

## **5. ПРИБЛИЗНИЙ ПЕРЕЛІК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ**

1. Організація управління маркетингом на підприємстві.
2. Стратегічне і оперативне планування маркетингу.
3. Розробка маркетингового бізнес-плану при виробництві нового товару.
4. Реклама як основний засіб маркетингової комунікації.
- 5 Розробка маркетингового плану фірми щодо оптимізації рентабельності її діяльності.
6. Довгострокове прогнозування збуту.
7. Організація складського господарства.
8. Організаційно-правові аспекти митної справи.
9. Маркетинг вторинних ресурсів.
10. Інноваційний маркетинг в умовах переходу до ринкових відносин.
11. Проблеми логістики.
12. Культура виробництва (створення іміджу підприємства).
13. Маркетингове дослідження каналів збуту і оплати продукції.
14. Розробка стратегії післяпродажного обслуговування.
15. Вдосконалення товароруку при експортному збуті товару.

## **6. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ**

Звіт про практику є основним документом, що характеризує роботу студента під час практики.

**6.1.** Після закінчення практики студент повинен подати наступні матеріали:

- заповнені направлення на підприємства (завірені підписами і печатками);
- звіт про практику, підписаний керівником від підприємства;
- матеріали по виконанню індивідуального завдання (у межах звіту).

**6.2.** Зміст звіту про практику

- титульний аркуш (додаток А),
- зміст (з перерахуванням всіх глав, розділів з вказівкою сторінок),
- вступ,
- основна частина: - загальна характеристика підприємства, виробнича структура, свідомості про діяльність підприємства, інформація про економічний, фінансовий стан підприємства, про зовнішньоекономічні зв'язки;
- аналіз управління маркетинговою діяльністю підприємства ;
- індивідуальне завдання;
- рекомендації і пропозиції щодо поліпшення організаційно-економічних аспектів маркетингової діяльності підприємства ;
- висновки;
- перелік використаної літератури;
- додатки (з комплектом заповнених студентом форм документів).

Звіт з практики слід виконувати на стандартних аркушах, додержуючись полів: з усіх боків по 20 мм. Нумерація сторінок повинна бути наскрізна, починатися з титульного аркуша, але на титулі номер не виставляється, як і на звороті титулу. Нумерація тексту звіту починається з сторінки 3. Цифра розташовується у верхньому правому куті аркуша.

Написання кожного розділу необхідно починати з нової сторінки, а підрозділів - продовжуючи її. Найменування розділів і підрозділів слід

розташовувати в середині рядку без крапки на кінці і не підкреслювати. Якщо заголовок містить декілька пропозицій, їх слід розділяти крапками. Перенесення слів у заголовках не допускається. Звіт може бути ілюстрований таблицями і малюнками.

Таблиці повинні мати номер і заголовок. Рекомендується наскрізна нумерація таблиць. Слово "таблиця" і її номер (без крапки на кінці) повинні розташовуватися з лівого боку над таблицею. Далі в тому ж рядку після номеру необхідно вказати назву таблиці. За відсутності цифр у таблиці необхідно ставити риску. Дробу вказують з однаковим числом цифр після коми, а при дуже малому значенні показників - нулі (0.00).

Якщо розмір таблиці перевищує розмір стандартного аркуша, то частину її слід перенести на наступний аркуш. У заголовку треба писати "Продовження таблиці" (з вказівкою номеру) або "Закінчення таблиці" без повторення заголовку. Примітку слід розміщувати під таблицею, а посилання в тексті на таблицю дати у дужках, наприклад, (табл. 1). Таблиці, що мають другорядний характер, необхідно розміщувати у додатках до звіту.

Рисунки, як і таблиці, необхідно виконувати чорним чорнилом, а під всіма ними робити надписи - "Рисунок" (повністю), його номер, назву ілюстрації. Статут підприємства, накази і іншу документацію підприємства слід оформлювати як додатки.

Формули, що використовуються у звіті: необхідно писати розбірливо, нумерувати їх праворуч, після формули необхідно дати розшифровку позначок.

Закони України, Укази Президента, декрети і постанови Кабінету Міністрів України та інші законодавчі акти і нормативні документи, які використовувалися у звіті, слід відображати у переліку літератури, що додається до звіту.

Звіт доцільно завершувати записом: „Звіт виконаний на матеріалах підприємства (назва підприємства)”. Звіт повинен бути підписаний керівником практики від підприємства і завірений печаткою.

## **7. ПОРЯДОК ПОДАННЯ І ЗАХИСТУ ЗВІТУ**

Звіт з виробничої практики повинен бути своєчасно переданий на перевірку керівнику практики від кафедри маркетингу. Обсяг письмового звіту до 30 сторінок (разом з таблицями).

За результатами перевірки звіту керівник приймає рішення про допуск до захисту або повертає студента на доопрацювання у відповідності з означеними зауваженнями.

До захисту допускаються студенти, які повністю виконали завдання практики, оформили звіт за встановленими вимогами і отримали позитивну характеристику керівника від бази практики. Захист звіту проводиться в університеті після захисту на підприємствах-базах практики.

Захист звітів проводиться у формі доповіді з виробничої практики студентів.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«НАЦІОНАЛЬНИЙ ГІРНИЧИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

**Кафедра маркетингу**

**ЗВІТ**

**з виробничої практики**

студента напрямку 6.030507 “Маркетинг”

---

(прізвище, ім'я, по-батькові)

Місце та термін практики

---

з \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_  
Керівник практики від підприємства

---

(П.І.Б., підпис)

Керівник практики від кафедри

---

(П.І.Б., підпис)

## ЗМІСТ

Вступ	3
1. Мета і задачі практики	3
2. Загальні положення виробничої практики	4
3. Організація та керівництво практикою	5
4. Зміст практики	7
5. Приблизний перелік індивідуальних завдань	9
6. Вимоги до оформлення звіту	10
7. Порядок подання і захисту звіту	12
Додаток	13

**Укладач:**

Решетілова Тетяна Борисівна

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ  
ДО ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ**

для студентів III курсу напряму підготовки 6.030507 “Маркетинг”

Центр маркетингових технологій  
Державного вищого навчального закладу  
«Національний гірничий університет»

Підписано до друку 01.03.15. Формат 30x42/4.  
Папір Pollux. Умовн. друк. арк. 0,43.  
Обл.-вид. арк. 0,48. Тираж 50 прим.

Національний гірничий університет

49005, м. Дніпропетровськ, просп. К.Маркса, 19.