

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
Факультет історії та міжнародних відносин
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту**

І.В. Задорожна

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО
ПРОХОДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-
ЕКОНОМІЧНОЇ ПРАКТИКИ (ВИРОБНИЧОЇ)**

**здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ОП «Маркетинг»
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 «Маркетинг»**

Ужгород 2024

Методичні рекомендації щодо проходження організаційно-економічної практики (виробничої) здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми: «Маркетинг» / Уклад. І.В. Задорожна. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2024. 35 с.

Методичні рекомендації розроблено відповідно до робочої програми організаційно-економічної практики (виробничої) для здобувачів всіх форм навчання спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми: «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Методичні рекомендації охоплюють комплекс питань, пов'язаних з проходженням виробничої практики, виконанням звіту, включають принциповий зміст та структуру практики, порядок оформлення та захисту звіту з практики.

УКЛАДАЧ: Задорожна Іванна Василівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Газуда Леся Михайлівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та торгівлі ДВНЗ «Ужгородський національний університет»;

Курей Оксана Андріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Методичні рекомендації розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту протокол № 1 від « 30» серпня 2024 р.

Завідувач кафедри _____Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин протокол № 1 від «30» серпня 2024 р.

Голова науково-методичної комісії _____Мишко С.А.

Зміст

ВСТУП.....	4
1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ.....	5
1.1. Мета та завдання організаційно-економічної практики (виробничої)	5
1.2. Опис організаційно-економічної практики (виробничої)	8
1.3. Базис практики студентів	8
1.4. Організація та керівництво практикою.....	9
1.5. Форми контролю проходження практики та критерії оцінювання результатів практики	11
2. ЗМІСТ ПРАКТИКИ.....	13
2.1. Загальні положення	13
2.2. Програма практики.....	13
2.3. Індивідуальне завдання.....	14
2.4. Календарний графік	16
3. ВИМОГИ ТА ПОРЯДОК ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ З ПРАКТИКИ.....	18
ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	22
ДОДАТКИ.....	24

ВСТУП

Організаційно-економічна практика (виробнича) є невід'ємною частиною освітньо-професійної програми для здобувачів бакалаврату за спеціальністю «Маркетинг». Вона відіграє ключову роль у формуванні висококваліфікованих фахівців, забезпечуючи їх готовність до професійної діяльності та підвищуючи конкурентоспроможність, що відкриває можливості для працевлаштування як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринках праці.

Методичні рекомендації щодо проходження організаційно-економічної практики (виробничої) розроблено відповідно до законодавчих актів України «Про освіту» та «Про вищу освіту», а також на основі Положення «Про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України» і Положення про академічну доброчесність Ужгородського національного університету (наказ № 409/01-17 від 01.03.2017 р.). Вона враховує вимоги Освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за галуззю знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», а також інших нормативних та розпорядчих документів.

Організаційно-економічна практика (виробнича) проводиться як окремий етап навчання, що здійснюється із відривом від теоретичних дисциплін, на базах практики – підприємствах, організаціях та установах усіх форм власності. Ці бази повинні відповідати сучасним стандартам підготовки фахівців, забезпечувати необхідні умови для подальшого професійного зростання та кар'єрного розвитку в галузі маркетингу. Практична частина спрямована на набуття студентами практичних навичок, застосування теоретичних знань у реальних умовах виробничої діяльності, що є критично важливим для формування конкурентоспроможних фахівців.

Для успішного виконання програми організаційно-економічної практики (виробничої) студент (здобувач-практикант) повинен володіти необхідними теоретичними знаннями, які є базою для практичного застосування на підприємствах. У разі виникнення потреби, студент самостійно поглиблює теоретичні питання, консультується з керівниками практики та іншими викладачами закладу вищої освіти, що дозволяє забезпечити всебічне розуміння процесів і ефективну адаптацію до реалій виробничої діяльності.

Практика спрямована на удосконалення професійно-практичної підготовки здобувачів вищої освіти, забезпечуючи їм достатній обсяг практичних знань, вмінь та навичок відповідно до вимог освітньої програми. Вона базується на використанні сучасної матеріально-технічної бази працедавців, що гарантує можливість застосування інноваційних технологій і методів управління в сфері маркетингу. Таким чином, організаційно-економічна практика (виробнича) не лише доповнює теоретичну підготовку, але й сприяє формуванню навичок критичного мислення, самостійного аналізу та прийняття рішень, що є необхідними для ефективної професійної діяльності на вітчизняному та зарубіжному ринках праці.

1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ

1.1. Мета та завдання організаційно-економічної практики (виробничої)

Метою «**Організаційно-економічної практики (виробничої)**» є створення міцного фундаменту професійної культури майбутніх маркетологів, а також розвиток їх компетентностей, необхідних для ефективної роботи у сучасних умовах ринку. Протягом практики здобувачі вищої освіти опановують методи та прийоми збору, аналізу та інтерпретації економічної інформації про діяльність підприємств і організацій. Це дозволяє їм не лише глибше зрозуміти економічні процеси, але й розвинути практичні навички, необхідні для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Програма практики спрямована на всебічну підготовку спеціалістів з маркетингу, здатних працювати в установах та на підприємствах різних форм власності. Вона забезпечує інтеграцію теоретичних знань з практичними завданнями, що сприяє розвитку критичного мислення, адаптації до динамічних змін ринку та формуванню конкурентоспроможних професійних навичок. Таким чином, практика виступає важливим етапом у підготовці майбутніх фахівців, забезпечуючи їх необхідними інструментами для успішної кар'єри в сфері маркетингу.

Завданням Організаційно-економічної практики (виробничої) є:

- визначення ролі маркетолога у формуванні ринку товарів і послуг та підвищенні ефективності діяльності підприємства;
- ознайомлення студентів із вимогами до професійної компетентності маркетолога, що включає набір практичних умінь та навичок, необхідних для успішної роботи;
- демонстрація використання сучасних інноваційних та комп'ютерних технологій, а також методів активізації навчального процесу у підготовці майбутніх фахівців з маркетингу;
- організація виробничих екскурсій, під час яких студенти набувають практичного досвіду, ознайомлюючись із виробничо-комерційною діяльністю підприємств різних видів економічної активності та форм власності, з роботою їх маркетингових служб і основами логістичної діяльності підприємств.

Відповідно до освітньої програми, проходження практики сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

Загальні:

- ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
- ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК 11. Здатність працювати в команді.
- ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).
- ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні:

СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

Відповідно до освітньої програми «**Маркетинг**», проходження практики повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Програмні результати навчання	Шифр ПРН
Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	ПРН1
Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	ПРН2
Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	ПРН3
Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	ПРН7
Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	ПРН12
Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	ПРН13
Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	ПРН15
Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	ПРН16
Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	ПРН17
Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	ПРН18

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після проходження **Організаційно-економічної практики (виробничої)**:

Очікувані результати навчання з практики	Шифр ПРН
Здобувачі вищої освіти повинні знати основні принципи та теоретичні підвалини маркетингової діяльності, що дозволяють розуміти базові концепції та методи розробки ефективних стратегій.	ПРН1
Набуті знання мають дозволяти студенту вміти аналізувати ринкові явища, прогнозувати їх розвиток і формувати на їх основі практичні рекомендації для підвищення ефективності діяльності підприємства.	ПРН2
Вміти застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, розробляючи комплексні рішення для оптимізації бізнес-процесів.	ПРН3
Очікується, що здобувачі вищої освіти повинні знати основи цифрових інформаційних та комунікаційних технологій і вміють застосовувати їх для проведення маркетингових досліджень, аналізу даних і розробки	ПРН7

ефективних стратегій за допомогою комп'ютерних засобів.	
Знати вимоги сучасного ринку, вміти працювати самостійно, демонструвати гнучке мислення та відповідальність за результати своєї діяльності, а також проявляти підприємницьку та управлінську ініціативу.	ПРН12, ПРН13
Знати етичні принципи маркетингу, вміти застосовувати їх у своїй професійній діяльності, демонструвати повагу до культурного різноманіття та соціальних цінностей, а також постійно підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	ПРН15, ПРН16
Очікується, що здобувачі вищої освіти повинні вміти ефективно комунікувати державною та іноземною мовами, використовувати професійну термінологію у звітах і презентаціях, забезпечуючи якісний обмін інформацією у професійному середовищі.	ПРН17
Вміти інтегрувати в свою професійну діяльність повагу до досягнень суспільства, дотримуючись високих моральних стандартів і визнаючи значення культурних та наукових здобутків.	ПРН18

1.2. Опис організаційно-економічної практики (виробничої)

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форманавчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 6	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 180	3-й	3-й
Вид підсумкового контролю: диференційований залік Форма підсумкового контролю: захист звіту з практики	Семестр:	
	6-й	6-й
	Індивідуальна робота:	
	120	60
	Самостійна робота:	
	60	120

1.3. Бази практики студентів

Бази **«Організаційно-економічної практики (виробничої)»** визначаються довгостроковими або короткостроковими договорами між університетом і підприємствами всіх форм власності і є офіційною підставою для проходження практики здобувачів вищої освіти. Тривалість дії договорів погоджується договірними сторонами. Вона може визначатися на період самої практики або на термін до п'яти років з можливістю подальшої пролонгації на такий же строк.

Базами проходження практики можуть виступати підприємства, компанії, організації.

Здобувачі мають можливість завчасно самостійно пропонувати місце проходження практики за умови підписання короткострокового договору між університетом та підприємством.

Закріплення здобувачів денної форми навчання за базами практики та призначення керівників від кафедри оформлюється наказом ректора університету, а здобувачів заочної форми – розпорядженням декана факультету (директора інституту).

Факультет історії та міжнародних відносин наразі має підписані коротко та довгострокові договори співпраці з наступними підприємствами, що можуть стати базами практики під час проходження практики:

1. ТОВ «Джейбіл Сьоркіт Лімітед Юкрейн»,
2. ТОВ «МайПрофі Консалтинг»;
3. ФОП Розман О.В. Маркетингова агенція «GrowUp Agency»
4. ПрАТ «Ужгородська швейна фабрика», м.Ужгород.
5. «Флекстронікс ТзОВ»
6. ТОВ «ЕНО Меблі ЛТД»
7. ТОВ «ЗАКАРПАТІНВЕСТ»
8. ТОВ «ІНТЕРІУДКОММЕРЦ»

9. ТОВ «КООПТРЕЙДІНГ»
10. ТОВ «НСВ Груп»
11. ТОВ «СЕРВІС ЦЕНТР ТК»
12. ТОВ «Стаф-Довге»

1.4. Організація та керівництво практикою

Тривалість **«Організаційно-економічної практики (виробничої)»** визначається навчальним планом і становить 6 кредитів (180 годин).

За організацію, проведення та контроль практики відповідальність несе перший проректор університету. Загальну відповідальність за організацію практики в університеті та контроль за її виконанням виконує керівник організаційно-економічної практики (виробничої), який підпорядковується начальнику навчально-методичного відділу.

Загальне навчально-методичне керівництво практикою здійснює декан факультету історії та міжнародних відносин, тоді як безпосереднє керівництво програмою практики покладається на завідувача кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту, керівника практики від закладу вищої освіти та керівників практики від бази практики.

До організації практичної підготовки здобувачів вищої освіти активно залучаються досвідчені науково-педагогічні працівники кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту.

Керівник практики від закладу вищої освіти:

- До початку практики перевіряє готовність баз практики;
- Організовує проведення всіх необхідних організаційних заходів перед від'їздом студентів на практику, включаючи проведення інструктажу щодо порядку проходження практики та правил техніки безпеки, а також видачу обов'язкових документів (направлення, програми, щоденника, календарного плану, індивідуального завдання, методичних рекомендацій);
- Інформує студентів про систему звітності з практики, що охоплює подання письмового звіту, вимоги до оформлення виконаного індивідуального завдання та підготовку доповіді (презентації) для захисту звіту;
- У тісній співпраці з керівником практики від бази практики забезпечує якісне виконання програми практики;
- Контролює забезпечення нормальних умов праці та побуту студентів, а також організацію обов'язкових інструктажів з охорони праці і техніки безпеки;
- Слідкує за дотриманням правил внутрішнього трудового розпорядку практикантами та організовує ведення табелів відвідування бази практики;
- Виконує функції члена комісії з прийому заліків з практики;
- Після завершення практики готує та подає завідувачу кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту письмовий звіт із зауваженнями та пропозиціями щодо вдосконалення практичної підготовки студентів.

Практична підготовка студентів здійснюється на базах практики, що відповідають вимогам програми. Це можуть бути підприємства з різною формою власності, видами господарської діяльності та організаційно-правовим статусом, які є юридичними особами і працюють протягом кількох років, з якими університет має укладені відповідні угоди. Такі підприємства повинні відповідати сучасним стандартам, застосовуючи передові методи управління, організації планово-економічної роботи, комерційної та маркетингової діяльності, бухгалтерського обліку, а також впроваджуючи сучасні технології виробництва, організації праці та управління.

Бази практики повинні відповідати таким критеріям:

- Мати структурні підрозділи, що відповідають спеціальностям, за якими проводиться підготовка студентів;
- Забезпечувати висококваліфіковане керівництво практикою;
- Мати можливість організувати робочі місця для студентів (або дублювати

функціональні обов'язки відповідно до посад) на період практики;

- Надавати студентам доступ до бібліотечних ресурсів, лабораторій, технічної та іншої документації, необхідної для виконання програми практики.

З базами практики заклад вищої освіти завчасно укладає договори на її проведення. Тривалість дії договорів погоджується договірними сторонами. Вона може визначатися на період конкретного виду практики або до п'яти років.

На здобувачів вищої освіти, які проходять практику на підприємстві (організації, установі), розповсюджуються законодавство України про працю та правила внутрішнього трудового розпорядку підприємства (організації, установи).

Обов'язки закладу вищої освіти:

- до початку практики надати базі практики для погодження програму практики, а не пізніше ніж за тиждень – список здобувачів вищої освіти, яких направляють на практику;
- призначити керівниками практики кваліфікованих науково-педагогічних працівників;
- забезпечити додержання практикантами трудової дисципліни і правил внутрішнього трудового розпорядку.

Обов'язки бази практики включають:

- Приймати студентів для проходження практики відповідно до затвердженого календарного плану.
- Призначати наказом кваліфікованих спеціалістів для організації та керівництва практикою.
- Створювати належні умови для реалізації програми практики, не допускати залучення студентів до посад чи виконання завдань, що не відповідають змісту програми та їхньому майбутньому профілю.
- Забезпечувати безпечні умови праці на конкретному робочому місці для студентів, проводити обов'язкові вступні та первинні інструктажі з охорони праці, а за потреби – навчати практикантів безпечним методам роботи.
- Надавати практикантам доступ до матеріально-технічних засобів та інформаційних ресурсів, необхідних для виконання програми практики.
- Організовувати облік виходів студентів на роботу та повідомляти заклад вищої освіти про всі порушення трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку та інші порушення.
- Після завершення практики надавати характеристику кожному студенту, у якій буде відображено виконання програми практики, а також якість підготовленого ним звіту.

Безпосереднє керівництво практикою здобувачів вищої освіти на базі практики здійснюють керівники, призначені базами практики.

Заклад вищої освіти зобов'язується надавати керівнику практики від бази практики методичну допомогу в організації та проведенні практики.

Здобувачі вищої освіти, які проходять практику, зобов'язані:

- До початку практики, на настановних зборах, а згодом індивідуально, отримати від керівника практики консультації щодо оформлення всіх необхідних документів;
- Своєчасно (не пізніше встановленої дати у направленні) прибути на базу практики;
- Регулярно працювати над завданнями, передбаченими програмою практики, що включає обов'язкове відвідування бази практики;
- Виконувати завдання керівника практики на відповідних ділянках, спрямовані на практичне опанування програми практики;
- Сумлінно виконувати всі завдання, зазначені у програмі практики, індивідуальному графіку проходження практики та відповідно до вказівок безпосереднього керівника;
- Ретельно вести систематизовані записи в щоденнику практиканта;
- Самостійно вивчати нормативну документацію, аналізувати практику виконання конкретних економічних операцій та, за можливості, брати участь у технічних навчаннях, виробничих нарадах, зборах або засіданнях;
- Суворо дотримуватись встановленого режиму робочого дня, правил внутрішнього розпорядку, охорони праці та техніки безпеки, що діють на базі практики;
- Нести відповідальність за виконану роботу;

- Постійно підтримувати зв'язок з кафедрою та з'являтися на проміжний контроль у встановлений керівником практики від кафедри термін;
- Представляти результати виконаної роботи та зафіксувати їх у звіті про проходження практики згідно з діючими вимогами факультету історії та міжнародних відносин щодо структури та оформлення звіту;
- Своєчасно подати звітні документи до кафедри та в установлені терміни захистити матеріали практики перед відповідною комісією.

1.5. Форми контролю проходження практики та критерії оцінювання результатів практики

На кафедрі бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту під час проходження студентами організаційно-економічної практики (виробничої) використовується система контролю за виконанням окремих розділів та усієї програми практики. Робота студентів контролюється керівниками практики від підприємства та випускової кафедри. Керівники практики від університету проводять контроль за тим, як відвідують студенти бази практики; за тим, як вони дотримуються режиму роботи; за проходженням практики відповідно до графіку, який встановлено.

Графік проходження практики фіксується студентами в щоденниках з практики та підтверджується підписом керівника практики від підприємства. Перевіряються поточні записи з виконаних питань програми, нотатки, які зроблені студентом та підсумковий звіт з практики. Звіт з практики здається на кафедру та захищається студентом протягом десяти днів після повернення студента з практики.

Диференційований залік з «Організаційно-економічної практики» (виробничої) приймається у формі звітної конференції комісією викладачів кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту.

Загальне оцінювання результатів проходження практики, виконання індивідуальних завдань, оформлення та захист звітів здійснюється за кредитно-трансферною системою, згідно якої максимальний рейтинг кожного здобувача складається з оцінювання в балах за всіма критеріями, що виставляються під час захисту і переводиться в оцінку за схемою:

Загальна сума балів	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0 – 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Для визначення рівня оволодіння здобувачами навчальним матеріалом та оцінювання їх академічних досягнень викладачі користуються узагальненими критеріями оцінювання:

Оцінка	Бали	Опис
A	90–100	Здобувач вільно володіє навчально-практичним матеріалом, успішно розв'язує завдання у стандартних виробничих ситуаціях, виявляє творчий підхід до виконання індивідуальних та колективних завдань.

B	82–89	Здобувач володіє навчально-практичним матеріалом у межах програми практики, проте у виконанні стандартних виробничих завдань допускає окремі неточності.
C	74–81	Здобувач володіє певним обсягом навчально-практичного матеріалу, здатний його застосовувати, проте допускає суттєві неточності у стандартних виробничих ситуаціях.
D	64–73	Здобувач демонструє базовий рівень засвоєння навчально-практичного матеріалу, проте значна кількість помилок впливає на якість виконання завдань.
E	60–63	Здобувач володіє навчально-практичним матеріалом на репродуктивному рівні або засвоїв його частково, допускає окремі помилки у стандартних виробничих ситуаціях.
FX	35–59	Здобувач володіє навчально-практичним матеріалом поверхнево та фрагментарно.
F	0–34	Здобувач не володіє навчально-практичним матеріалом.

Розподіл балів за виконання програми практики та захист звітів:

№	Вид роботи	Бали
1.	Відгук керівника практики від бази практики	10
2.	Оформлення матеріалів практики:	20
2.1.	Відповідність змісту звіту поставленим цілям і завданням, пропорційність структури звіту	10
2.2.	Правильність оформлення тексту та ілюстративного матеріалу звіту (порядок розміщення, повнота, відсутність помилок, нумерація сторінок, оформлення титульного аркуша, дотримання вимог до розміру полів, шрифту, міжрядкового інтервалу та інше)	10
3.	Зміст звіту з виробничої практики:	30
3.1.	Якість і глибина виконання поставлених завдань	10
3.2.	Системність і повнота аналізу діяльності бази практики	10
3.3.	Якість самостійного виконання індивідуальних завдань	10
4.	Захист звіту з виробничої практики на засіданні комісії	40
4.1.	Глибина оволодіння практичними навичками роботи	20
4.2.	Вміння стисло (в межах регламенту), послідовно й чітко викласти сутність і результати практики	10
4.3.	Повнота і обґрунтованість відповідей на запитання членів комісії, здатність аргументовано захищати свої пропозиції, думки, погляди	10
	Кількість балів за шкалою ЄКТС	100

2. ЗМІСТ ПРАКТИКИ

2.1. Загальні положення

Здобувачі вищої освіти, проходячи «Організаційно-економічну практику (виробничу)», ознайомлюються з організаційною структурою підприємства, специфікою його функціонування та нормативно-правовою базою, що регламентує діяльність організації. Практика охоплює вивчення форм, мети, засобів і методів організації виробничої діяльності, а також корпоративних цінностей, традицій та особливостей управління підприємством.

Під час практики студенти повинні ознайомитися з:

- статутом підприємства;
- нормативно-правовими документами, які регламентують його діяльність;
- формою власності та видами діяльності;
- організаційною структурою підприємства, зокрема специфікою роботи різних служб і відділів (включаючи маркетингову службу);
- фінансовою звітністю та результатами господарської діяльності;
- посадовими інструкціями та розподілом обов'язків між працівниками.

На першому тижні практики студенти отримують вступний інструктаж, ознайомлюються з базою практики та маркетинговою службою, а також проходять орієнтаційні збори для знайомства з корпоративною культурою і маркетинговою стратегією підприємства. На другому тижні проводяться практичні завдання, пов'язані з аналізом ринкових даних, дослідженням споживчого попиту, роботою з маркетинговими інструментами та участю у розробці маркетингових стратегій. Третій тиждень відведено для проміжного контролю: консультації, корекція індивідуальних завдань та групові обговорення маркетингових кейсів. На четвертому тижні студенти готують заключну презентацію та складають фінальний звіт, систематизуючи отримані дані.

Підсумковим етапом проходження практики є складання та здача звіту з практики, який є результативною формою оцінки здобутої практичної підготовки. Консультації керівників практики проводяться згідно затвердженого графіка, що забезпечує координацію діяльності студентів та їх підтримку під час виконання індивідуального завдання.

2.2. Програма практики

1. Організаційні збори. Інструктаж з техніки безпеки.

Перед початком практики керівник практики від закладу вищої освіти проводить установчі збори з виробничої практики, на яких студентів-учасників ознайомлюють із загальною метою та завданнями практики, календарним планом проведення, а також індивідуальними завданнями, що передбачені для кожного студента. Особлива увага приділяється роз'ясненню вимог до написання звітів з практики та визначенню обов'язків студентів під час роботи на базі практики. Також проводиться інструктаж з техніки безпеки, де докладно пояснюються правила поведінки як на території закладу, так і на підприємстві, що є базою практики. Про проведення інструктажу ведеться відповідний запис у книзі інструктажу з техніки безпеки, а додатковий інструктаж проводиться вже безпосередньо на підприємстві з урахуванням його специфіки.

2. Організаційно-економічне ознайомлення.

На даному етапі проводяться орієнтаційні збори, де студенти отримують загальне уявлення про діяльність підприємства. Вони знайомляться з маркетинговою стратегією підприємства, організаційною культурою, а також специфікою роботи маркетингового відділу. Студенти аналізують установчі документи (статут, нормативно-правові акти) та ознайомлюються з інформацією про форму власності, види діяльності, асортимент продукції чи послуг, а також з ринковим становищем підприємства і його конкурентними перевагами.

3. Виконання практичних завдань з аналізу ринкових даних, дослідження споживчого попиту та конкурентного середовища.

3.1. Аналіз ринкових даних: студенти проводять аналіз ринкових даних з метою оцінки споживчих вподобань, виявлення ключових трендів та тенденцій на ринку. Результати аналізу дозволяють зробити висновки щодо змін у поведінці споживачів та адаптувати маркетингові стратегії підприємства.

3.2. Робота з маркетинговими інструментами: здобувачі вищої освіти використовують сучасні CRM-системи, аналітичні платформи та інструменти для моніторингу активності в соціальних мережах. Це дозволяє отримати практичні навички роботи з цифровими інструментами, необхідними для управління маркетинговою діяльністю.

4. Практична робота в маркетинговому відділі підприємства.

На четвертому етапі практики, студенти беруть активну участь у роботі маркетингового відділу підприємства. Вони залучаються до розробки маркетингових стратегій та кампаній, беруть участь у поточних проектах, що дозволяє безпосередньо ознайомитися з практикою планування та впровадження маркетингових заходів. На цьому етапі студенти набувають практичного досвіду в розробці маркетингових інструментів, аналізі результатів кампаній і вивченні ефективності застосовуваних методик.

5. Аналіз ефективності маркетингових заходів.

Студенти аналізують результативність проведених маркетингових кампаній, оцінюють рентабельність продукції, ефективність використання ресурсів та вплив заходів на збільшення продажів і впізнаваності бренду. Отримані дані дозволяють розробити рекомендації щодо оптимізації маркетингової діяльності підприємства з урахуванням сучасних ринкових умов.

6. Самостійна робота над індивідуальним завданням та підготовка звітних матеріалів.

Здобувачі виконують індивідуальне завдання, яке може включати створення концепції маркетингової кампанії або проведення детального аналізу отриманих результатів. Самостійна робота спрямована на інтеграцію теоретичних знань з практичними навичками, підготовку звітних матеріалів та формування висновків щодо ефективності маркетингової діяльності підприємства.

7. Проміжний контроль та консультації.

Проводяться регулярні консультації з керівником практики для обговорення поточних результатів, корекції індивідуальних завдань та обговорення групових кейсів. Етап розбито на кілька підпунктів:

- **7.1. Проведення консультацій та аналіз поточних завдань:** студенти отримують зворотній зв'язок щодо виконання завдань, аналізують проблемні аспекти.
- **7.2. Корекція індивідуальних завдань та обговорення групових робіт:** роз'яснюються деталі завдань, вносяться необхідні корективи.
- **7.3. Групове обговорення маркетингових кейсів та обмін досвідом:** студенти обговорюють практичні кейси, діляться набутим досвідом та ідеями.
- **7.4. Підготовка проміжного звіту з практики:** фіксується поточний рівень засвоєння матеріалу, визначаються напрямки для подальшої роботи.

8. Підготовка заключної презентації.

Студенти готують заключну презентацію, яка включає оформлення результатів практики, підготовку доповіді та створення презентаційних матеріалів. Цей етап дозволяє студентам узагальнити отриманий досвід, продемонструвати власні висновки та надати рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

9. Написання та подання фінального звіту.

Завершальним етапом практики є написання фінального звіту, у якому студенти систематизують отримані дані, аналізують виконання завдань, формують висновки та пропозиції щодо оптимізації роботи підприємства. Звіт оформлюється відповідно до методичних вимог і подається до кафедри для подальшої оцінки.

2.3. Індивідуальне завдання

Здобувачі вищої освіти під час проходження практики виконують індивідуальне завдання, яке тісно пов'язане з питаннями організації та технології на базі практики. Темі творчих завдань для здобувачів вищої освіти:

1. Аналіз ефективності цифрових маркетингових стратегій підприємства.
2. Розробка концепції маркетингової кампанії для просування нового продукту.
3. Дослідження впливу соціальних мереж на брендинг підприємства.
4. Оцінка ринкового потенціалу та конкурентоспроможності підприємства.
5. Розробка стратегії впровадження CRM-системи для оптимізації управління відносинами з клієнтами.
6. Аналіз споживчої поведінки на основі даних Big Data.
7. Впровадження інноваційних технологій у маркетингових комунікаціях.
8. Розробка стратегії персоналізації маркетингових послуг.
9. Вплив пандемії COVID-19 на маркетингові стратегії підприємства.
10. Використання штучного інтелекту в аналізі ринку та прийнятті маркетингових рішень.
11. Розробка рекомендацій щодо удосконалення маркетингових процесів на базі аналізу даних.
12. Вплив екологічних трендів на маркетингове позиціонування підприємства.
13. Аналіз застосування омніканальних маркетингових стратегій.
14. Оптимізація внутрішніх комунікацій у маркетинговому відділі підприємства.
15. Вплив автоматизації маркетингових процесів на продуктивність підприємства.
16. Розробка стратегії мобільного маркетингу для підприємства.
17. Оцінка ефективності відео маркетингу у формуванні іміджу бренду.
18. Аналіз впливу цифрової трансформації на маркетингову стратегію підприємства.
19. Розробка рекомендацій щодо використання інноваційних інструментів аналітики ринку.
20. Вивчення взаємозв'язку між логістичними процесами та маркетинговою ефективністю.
21. Аналіз впливу законодавчих змін на маркетингову стратегію підприємства.
22. Розробка стратегії ринкової сегментації та визначення цільових аудиторій..
23. Дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності (CSR) на імідж бренду.
24. Розробка програми лояльності для підвищення задоволеності та утримання клієнтів..
25. Оцінка ефективності цифрових рекламних кампаній за допомогою аналітичних даних.
26. Вивчення впливу макроекономічних факторів на прийняття маркетингових рішень.
27. Розробка концепції брендингової стратегії для локального підприємства.
28. Аналіз впливу онлайн-реклами та SEO-стратегій на залучення та конверсію
29. Дослідження ролі мобільних додатків у підвищенні конкурентоспроможності підприємства.
30. Розробка стратегії виходу на новий ринок за допомогою сучасних маркетингових інструментів.

Теми можуть коригуватися або змінюватися відповідно до специфіки та вимог бази практики, а також з урахуванням поточних умов виробничої діяльності та стратегічних завдань підприємства. Запропоновані завдання можуть бути адаптовані для максимального використання практичного досвіду здобувачів вищої освіти, з можливістю доповнення додатковими етапами або підзавданнями, що відображають реальні виробничі процеси. Рішення щодо внесення змін приймаються спільно з керівниками практики та представниками бази практики з метою забезпечення оптимальної інтеграції теоретичних знань з практичними завданнями та підвищення якості підготовки студентів.

На кафедрі бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту під час проходження практики здобувачами вищої освіти використовується система поточного та підсумкового контролю виконання окремих розділів та усієї програми практики. Робота студентів контролюється керівниками практики від кафедри. Керівники проводять контроль за відвідуванням студентами практики, дотриманням ними режиму роботи, а також проходження практики відповідно до встановленого графіку. Перевіряються поточні записи з виконаних питань програми, а також підсумковий звіт з практики.

Захист з практики проходить перед спеціально призначеною комісією з трьох осіб за участю викладача – керівника практики від університету.

2.4. Календарний графік

Загальна тривалість організаційно-економічної практики (виробничої) для маркетологів складає 4 тижні. Залежно від специфіки діяльності підприємства та особливостей роботи його маркетингової служби, окремі розділи плану-графіка практики можуть бути розроблені з різною ступенем деталізації. При поглибленій розробці та вирішенні конкретних завдань, пов'язаних з оптимізацією маркетингових процесів, впровадженням нових стратегій чи аналізом ефективності маркетингових кампаній, студент повинен проявляти самостійність, науковий пошук та ініціативу. Це сприяє формуванню практичних навичок та аналітичного мислення, що є критично важливими для подальшої успішної професійної діяльності у сфері маркетингу.

Проходження «Організаційно-економічної практики (виробничої)» повинно відповідати календарному плану виробничої практики.

Календарний план «Організаційно-економічної практики (виробничої)»

№ з/п	Вид та зміст роботи	Період виконання завдання	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
1	Ознайомлення з базою практики та маркетинговою службою підприємства: вступний інструктаж, правила техніки безпеки, ознайомлення з організаційною структурою та маркетинговими процесами.	1 тиждень	1 тиждень
2	Організаційно-економічне ознайомлення: проведення орієнтаційних зборів, знайомство з маркетинговою стратегією підприємства, вивчення організаційної культури та специфіки роботи маркетингового відділу.	1 тиждень	1 тиждень
3	Виконання практичних завдань: аналіз ринкових даних, дослідження споживчого попиту та конкурентного середовища.		
3.1	– Аналіз ринкових даних, оцінка споживчих вподобань і трендів.	1 тиждень	1 тиждень
3.2	– Робота з маркетинговими інструментами (CRM-системи, аналітичні платформи, робота з соціальними мережами).	1 тиждень	1 тиждень

4	Практична робота в маркетинговому відділі: участь у розробці маркетингових стратегій та кампаній, залучення до поточних проектів підприємства.	2 тиждень	2 тиждень
5	Аналіз ефективності маркетингових заходів: оцінка результативності проведених кампаній, розробка рекомендацій щодо оптимізації маркетингової діяльності.	2 тиждень	2 тиждень
6	Самостійна робота: розробка індивідуального завдання (концепція маркетингової кампанії, аналіз отриманих результатів) та підготовка звітних матеріалів.	2 тиждень	2 тиждень
7	Проміжний контроль та консультації: зустріч з керівником практики для обговорення поточних результатів, корекція завдань, групове обговорення кейсів.		
7.1	– Проведення консультацій та аналіз поточних завдань.	3 тиждень	3 тиждень
7.2	– Корекція індивідуальних завдань та обговорення групових робіт.	3 тиждень	3 тиждень
7.3	– Групове обговорення маркетингових кейсів та обмін досвідом.	3 тиждень	3 тиждень
7.4	– Підготовка проміжного звіту з практики.	3 тиждень	3 тиждень
8	Підготовка заключної презентації: оформлення результатів практики, підготовка доповіді та презентаційних матеріалів.	4 тиждень	4 тиждень
9	Написання та подання фінального звіту: систематизація отриманих даних, оформлення звітної документації згідно з методичними вимогами.	4 тиждень	4 тиждень
	Загальна тривалість практики	4 тижні	4 тижні

3. ВИМОГИ ТА ПОРЯДОК ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ З ПРАКТИКИ

Результати проходження «Організаційно-економічної практики (виробничої)» студент оформляє як письмовий звіт.

Здобувач вищої освіти здає на кафедру бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту письмовий звіт, підписаний і оцінений безпосередньо керівником від бази практики. Письмовий звіт разом з іншими документами (щоденник, відгук, робочі записи та інше), подається на рецензування керівнику практики від закладу вищої освіти. Звіт має містити відомості про виконання здобувачем вищої освіти усіх розділів програми практики та індивідуального завдання, висновки і пропозиції, список використаних джерел та інші.

Звіт має бути оформлений на аркушах стандартного формату з наскрізною нумерацією і обов'язковим дотриманням стандартів, переплетений, обсяг — до 50 сторінок.

Звіт з практики перевіряється та затверджується її керівником від ЗВО і повертається студентові для підготовки до захисту.

Розкриваючи суть розділів практичної діяльності, студенти повинні спостерігати, вивчати, аналізувати і письмово оформляти отримані результати.

У *Вступі* студент має детально окреслити мету та завдання організаційно-економічної практики (виробничої) з урахуванням специфіки діяльності підприємства та посадової позиції, на якій проходить практика, зокрема з акцентом на маркетингові процеси та інструменти. Необхідно розкрити, як завдання практики сприяють формуванню професійних компетенцій майбутніх маркетологів, забезпечують інтеграцію теоретичних знань з практичними навичками та сприяють розвитку аналітичного мислення.

Студент повинен також визначити методи, що використовувались під час проходження практики, а саме методи збору, аналізу та обробки даних, а також методологію складання звіту з практики. Обсяг вступу має становити не менше двох сторінок, що дозволяє всебічно представити поставлені завдання, обґрунтувати обрані підходи та окреслити очікувані результати практичної діяльності в сфері маркетингу.

Розділ 1. Загальна організаційно-економічна характеристика з базою практики.

У даному розділі слід надати всебічну характеристику підприємства, що є базою практики, з детальним розкриттям його історичного розвитку, організаційної структури та аналіз фінансово-господарської діяльності. Потрібно описати правовий статус підприємства, форму власності, основні етапи становлення та розвитку, а також його місце на ринку. Особлива увага приділяється аналізу установчих документів, які регламентують діяльність підприємства (статут, нормативно-правові акти), що дозволяє окреслити рамки його діяльності та визначити ключові напрямки роботи, зокрема функціонування маркетингової служби. Важливо також розкрити аспекти організаційної структури, які визначають взаємозв'язки між відділами та службами підприємства, що впливають на ефективність управління та прийняття рішень. Обсяг 1 розділу містить 5 – 6 сторінок.

Розділ 2. Дослідження споживчого попиту та конкурентного середовища.

Розділ присвячено аналізу зовнішнього ринку, де проводиться вивчення споживчого попиту, поведінки клієнтів та оцінка конкурентного середовища. Студент повинен застосувати сучасні методики збору та аналізу даних (опитування, аналіз вторинних джерел, статистичні методи), що дозволить визначити основні тенденції ринку, сегменти споживачів та їх вподобання. Аналіз конкурентного середовища має включати ідентифікацію основних конкурентів, оцінку їх сильних та слабких сторін, порівняльний аналіз стратегій просування продукції та визначення ринкових загроз і можливостей. Розділ повинен містити наукове обґрунтування впливу ринкових факторів на формування попиту і визначення стратегічних напрямків для подальшого удосконалення маркетингової стратегії підприємства. Обсяг другого розділу повинен бути 7-8 сторінок.

Розділ 3. Організація маркетингової діяльності на підприємстві.

У третьому розділі здійснюється комплексна діагностика внутрішньої маркетингової діяльності підприємства з метою оцінки її організаційних та управлінських аспектів. Аналіз охоплює вивчення організаційної структури маркетингового відділу, розподілу функцій,

системи комунікацій та інформаційного забезпечення. Окрім цього, слід дослідити методи планування, реалізації та контролю маркетингових заходів, а також оцінити стиль керівництва, підходи до мотивації та стимулювання персоналу. Діагностика повинна включати аналіз відповідності організаційних процесів завданням підприємства, а також визначення проблемних зон і потенційних напрямків для оптимізації маркетингової діяльності, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Обсяг третього розділу повинен бути 7-8 сторінок.

Розділ 4. Аналіз ефективності маркетингових заходів

Четвертий розділ спрямований на оцінку результативності впроваджених маркетингових заходів з використанням кількісних і якісних показників. Аналіз охоплює розрахунок ключових економічних показників, таких як рентабельність продукції, рентабельність капіталу, а також оцінку впливу маркетингових кампаній на збільшення продажів і ринкову частку підприємства. Студент повинен провести порівняльний аналіз фактичних результатів із запланованими цілями, визначити відхилення та їх можливі причини, а також запропонувати конкретні заходи для оптимізації маркетингових стратегій. Науковий підхід до аналізу дозволяє об'єктивно оцінити ефективність маркетингової діяльності та сформулювати рекомендації для вдосконалення управлінських процесів. Обсяг четвертого розділу повинен бути 7-8 сторінок.

Розділ 5. Індивідуальне завдання.

Заключний розділ присвячено виконанню індивідуального завдання, яке є синтезом теоретичних знань та практичних навичок, здобутих протягом проходження практики. У цьому розділі студент самостійно обирає з переліку тему, що може коригуватися або змінюватися відповідно до специфіки та вимог бази практики, а також з урахуванням поточних умов виробничої діяльності та стратегічних завдань підприємства. Запропоновані завдання можуть бути адаптовані для максимального використання практичного досвіду здобувачів вищої освіти, з можливістю доповнення додатковими етапами або підзавданнями, що відображають реальні виробничі процеси. Рішення щодо внесення змін приймаються спільно з керівниками практики та представниками бази практики з метою забезпечення оптимальної інтеграції теоретичних знань з практичними завданнями та підвищення якості підготовки студентів. Обсяг п'ятого розділу повинен бути 7-8 сторінок.

Завершальним етапом є формулювання висновків та рекомендацій, які ґрунтуються на отриманих даних та демонструють здатність студента інтегрувати теоретичні знання в практичні пропозиції щодо вдосконалення маркетингової стратегії підприємства (до 2 стор.).

Список використаних джерел оформлюється за алфавітом згідно ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання».

Додатки. У додатках рекомендується наводити: статут підприємства; положення про функціональні підрозділи, посадові інструкції фахівців, штатний розпис, форми бухгалтерської, фінансової і статистичної звітності (№ 1 «Баланс»; №2 «Звіт про фінансові результати»; № 1-ПВ «Звіт з праці», № 3-ПВ «Звіт про використання робочого часу»; № 1-м, 2-м «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва», інші), договори з постачальниками, організаційно-розпорядницькі документи: накази, розпорядження, інструкції, довідкова інформація до аналітичних і прогнозних розрахунків.

Звіт про організаційно-економічну практику (виробничу) виконується виключно українською мовою. Текстова частина виконується на папері формату А4 з однієї сторони. Поля: верхнє, нижнє - 20 мм, ліве - 30 мм, праве - 10 мм, шрифт - Times New Roman, розмір шрифту – 14, інтервал між рядками – 1,5, абзац – 1,25.

Текст звіту про організаційно-економічну практику (виробничу) може бути розбитий на розділи, які нумеруються арабськими цифрами без крапки в кінці. Титульний аркуш є першою сторінкою його включають до загальної нумерації сторінок, але на ньому номер сторінки не ставлять. Зміст звіту з практики є другою сторінкою, після титульного аркушу, номер сторінки не ставлять. Нумерація сторінок починається з вступу.

Заголовки структурних частин звіт з виробничої практики «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів – маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою. Сторінки нумеруються, починаючи зі вступу, арабськими цифрами у верхньому правому куті.

У тексті не дозволяється скорочувати слова, за винятком загальноприйнятих. Необхідно давати розшифровку означень у формулах і вказувати їх одиниці виміру.

Загальний обсяг звіту з організаційно-економічної практики (виробничої) має бути в межах 45-50 сторінок машинопису формату А4 основного тексту (без урахування переліку використаних інформаційних джерел і додатків), виконаних в форматі редактора Word.

Кожну структурну частину звіту з практики починають з нової сторінки. Такі структурні частини звіту, як зміст, вступ, висновки, список використаних джерел не мають порядкового номера.

Розділи позначають арабськими цифрами (1, 2, 3, ...), а підрозділи — цифрою розділу і порядковим номером підрозділу через крапку (2.1; 2.2; 2.3;...). Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу повинна стояти крапка, наприклад: «2.3.» (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

Рисунки та таблиці розміщуються по тексту і повинні мати нумерацію в межах розділу, або виносяться у додатки, якщо їх зміст займає більше однієї сторінки. При складанні і оформленні таблиць рекомендується враховувати такі вимоги: Таблиця повинна мати текстовий заголовок, який розміщується над таблицею з абзацу. Заголовок пишеться з великої букви без крапки в кінці.

Таблиці нумеруються арабськими цифрами в лівому верхньому куті над таблицею, де перша цифра вказує номер розділу, а друга – порядковий номер таблиці у розділі (наприклад, «Таблиця 1.2 – Вихідні дані задачі»). При перенесенні частини таблиці на другу сторінку пишуть «Продовження табл.1.2». Якщо таблиця заміє більше за дві сторінки, то пишуть «Закінчення табл.1.2». В тексті обов'язково має бути посилання на таблицю. Таблиця розміщується безпосередньо після тексту, в якому вона згадується вперше або на наступній сторінці.

Графіки та схеми позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу. Підпис назви рисунку починається з скороченого слова «рис.» та порядкового номера: «Рис.1.1. Організаційна структура управління». Підпис рисунка розміщується внизу під рисунком. Ілюстрації повинні бути розташовані так, аби їх зручно було роздивлятися без повороту, або з поворотом за годинниковою стрілкою. Ілюстрації розміщують після першого посилання на них в тексті. Ілюстрації (діаграми, рисунки, схеми, графіки), які розташовані на окремих сторінках тексту звіту з практики, обов'язково включають до загальної нумерації сторінок. Ілюстрацію, що розміщена на листку, розміри якого більші за формат А4, вважають за одну сторінку.

Формули в тексті звіту з організаційно-економічної практики (виробничої) нумеруються арабськими цифрами у межах розділу. Номери формул складаються з номеру розділу та порядкового номера формули в розділі. Їх нумерують з правої сторони аркуша на рівні формули у круглих дужках (наприклад, (2.1)).

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №. Усі сторінки нумеруються, крім титульного аркуша та змісту. Номер сторінок проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Посилання на літературні джерела наводиться відповідно їх появі у тексті звіту з організаційно-економічної практики (виробничої), або за алфавітним порядком, у квадратних дужках (наприклад, [3, 213]).

В кінці звіту з організаційно-економічної практики (виробничої) треба подати список використаної літератури, які використовувалися при виконанні дослідження, згідно вказаних вимог державного стандарту (додаток В).

У додатках вміщують допоміжний матеріал, який доповнює текст звіту з практики, але великий за обсягом, має особливі способи відтворення або якщо включення його до основної частини може змінити впорядковане й логічне уявлення про роботу. Додатки оформлюють як продовження звіту з практики на наступних її сторінках, розміщуючи їх у послідовності посилань у тексті. Кожен з них починають з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, надрукований вгорі малими літерами з першої великої симетрично до тексту сторінки. Праворуч над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток А» з великою літерою української абетки, за винятком літер Г, Є, З, І, Й, О, Ч, Ї, що позначає його послідовність.

Щоденник проходження практики (зразок оформлення щоденника проходження виробничої практики наведено в додатку Б). Щоденник заповнюється студентом у кінці кожного робочого дня і підписується керівником практики від підприємства (організації). По завершенні практики керівник практики від підприємства (організації) підписує виділену сторінку щоденника, завіряє свій підпис печаткою. Щоденник подається керівнику практики від університету разом зі звітом і є його невід'ємною складовою.

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основна література

1. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: КНЕУ, 2020. 736 с.
2. Дьяків І. Маркетинг в сучасному бізнесі: теорія і практика. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 312 с.
3. Сидоренко М.І. Організаційно-економічне забезпечення підприємницької діяльності. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 280 с.
4. Нікіфоров А.В. Управління підприємством: організаційно-економічний підхід. Одеса: ОНЕУ, 2020. 350 с.
5. Антонов С., Петрів О. Інноваційні технології у маркетинговій діяльності. Київ: Видавництво «Центр учбової літератури», 2022. 256 с.
6. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с.
7. Луцяк В. В. Красняк О. П., Кондратова М. В. Маркетингова діяльність підприємства: навч. посіб. Вінниц. нац. аграр. ун-т. Вінниця : ТВОРИ, 2019. 353 с.
8. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

Додаткова

1. Петров В.В. Сучасні тенденції розвитку маркетингових стратегій підприємств. Вісник економічних досліджень. 2021. № 4 (85). С. 55–62.
2. Сидоренко М.І. Вплив цифрової трансформації на маркетингову діяльність підприємств. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2020. № 3. С. 45–51.
3. Коваленко О.М. Логістичні аспекти маркетингової діяльності на підприємстві. Економічний часопис-XXI. 2019. № 7–8. С. 78–83.
4. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.
5. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія. К.: Центр навч. і практ. літератури, 2019. 252 с.
6. Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції: монографія /В. А. Фалович, та ін. ; за ред. д.е.н, доц. В. А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2021. 351 с.

Нормативно-правові акти та Інтернет-ресурси

1. Конституція України URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>;
2. Господарський кодекс України URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15>;
3. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
4. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
5. ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання». URL: http://knmu.kharkov.ua/attachments/3659_8302-2015.PDF.
6. Журнал «Ефективна економіка». URL: www.economy.nayka.ua
7. Журнал «Економіка та суспільство». URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/>
8. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>
9. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <https://mdtopu.com.ua/index.php/mdt>
10. Журнал «Інноваційний маркетинг». URL:

- https://www.businessperspectives.org/journals/innovative-marketing?category_id=30
11. Офіційний сайт Національної бібліотеки ім. Вернадського URL:<http://www.nbuv.gov.ua/>
 12. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу – URL: <http://uam.in.ua/>
 13. Офіційний сайт Української асоціації прямого продажу – URL: <http://udsa.org.ua/>
 14. Офіційний сайт Асоціації операторів зовнішньої реклами України – URL: www.outdoor.org.ua

ДОДАТКИ

Додаток А

Зразок оформлення титульної сторінки звіту

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
Факультет історії та міжнародних відносин
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

Реєстраційний № _____
«__» _____ 2024 р.

ЗВІТ

про проходження організаційно-економічної практики (виробничої)

студента(ки) 3-го курсу _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітня програма «Маркетинг»

Місце проходження практики _____

(назва підприємства та його адреса)

Термін практики з __.__. по __.__. 2024 р.

Керівник практики
від підприємства

(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник практики
від кафедри

к.е.н., доц. Задорожна І.В.
(посада, прізвище, ім'я, по батькові)

Оцінка захисту:

Національна шкала _____

Кількість балів _____ Оцінка ECTS _____

«__» _____ 2024 р.

Члени комісії _____

Ужгород 2024

Зразок оформлення щоденника проходження організаційно-економічної практики (виробничої)

**Висновок керівника практики від закладу вищої освіти
про проходження практики**

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Дата складання заліку «__»____20__ року

Оцінка:

за національною шкалою _____

кількість балів _____

за шкалою ЄКТС _____

Керівник практики від закладу вищої освіти

(nidnuc)

(посада, прізвище та ініціали)

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

(вид і назва практики)

Студента _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет, інститут _____

Кафедра _____

Освітній рівень _____

Спеціальність _____

Освітня програма _____

Курс, группа _____

НАПРАВЛЕНИЯ НА ПРАКТИКУ

Студент _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на базу практики

(найменування бази практики)

М. П. «_____» _____ 20__ року

(підпис)

(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з бази практики

(найменування бази практики)

М. П. «_____» _____ 20__ року

(підпис)

(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Відгук осіб, які перевірили проходження практики

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Відгук і оцінка роботи студента на практиці

(найменування бази практики)

Керівник практики

від підприємства, організації, установи _____

(*nidnuc*)

(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

М.П.

« _____ » _____ 20 ____ року

Календарний графік проходження практики

[illegible]

Керівники практики:

від закладу вищої освіти _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

від підприємства, організації _____
 установи (підпис) (прізвище та ініціали,

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

**Приклади оформлення бібліографічного опису у списку джерел, який наводять у
курсовій роботі, відповідно до ДСТУ 8302:2015**

КНИГИ	
Однотомні видання	
один автор	Битяк Ю. П. Державна служба в Україні: організаційно-правові засади: монографія. Харків: Право, 2005. 304 с. Краснова М. В. Договори в екологічному праві України: навч. посіб. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ: Алерта, 2012. 216 с. Кузніченко С. О. Закон України "Про правовий режим надзвичайного стану": наук.-практ. комент. / Одес. держ. ун-т внутр. справ. Харків: Право, 2015. 164 с. Тертишник В. М. Науково-практичний коментар Кримінального процесуального кодексу України: із змін. та допов. на 12 берез. 2016 р. 12-те вид., допов. і переробл. Київ: Правова єдність, 2016. 810 с. Johnson L. K. Bombs, bugs, drugs and thugs: intelligence and America's quest for security. New York; London: New York University Press, 2000. 326 p.
два автори	Васильєв С. В., Ніколенко Л. М. Доказування та докази у господарському процесі України: монографія. Харків: Еспада, 2004. 192 с. Каткова Т. В., Каткова А. Г. Закінчення досудового слідства у кримінальних справах: практ. посіб. Харків: Право, 2011. 136 с. Петришина М. О., Петришин О. А. Міжнародно-правові стандарти у сфері місцевого самоврядування: наук. доп. / Нац. акад. прав. наук України, НДІ держ. буд-ва та місц. самоврядування. Харків: Право, 2016. 44 с. (Серія "Наукові доповіді"). Сташис В. В., Бажанов М. И. Преступления против личности в УК УССР и судебной практике. Изд. 2-е, испр. и доп. Харьков: Вища шк., 1987. 216 с.
три автори	Комаров В. В., Світлична Г. О., Удальцова І. В. Окреме провадження: монографія / за ред. В. В. Комарова. Харків: Право, 2011. 312 с. Сичевський В. В., Харитонов Є. І., Олейников Д. О. Науково-практичний коментар до розділу I Особливої частини Кримінального кодексу України (Злочини проти основ національної безпеки України) / Служба безпеки України. Харків: Право, 2016. 232 с. (Бібліотека слідчого). Helfer M. E., Kempe R. S., Krugman R. D. The battered child. 5th ed. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1997. 700 p.
чотири і більше авторів	Прилипко С. М., Ярошенко О. М., Мороз С. В., Малиновська К. А. Укладення трудового договору: теоретико-прикладне дослідження: монографія. Харків: Юрайт, 2013. 288 с. Колективні політичні права і свободи людини та громадянина в Україні: проблеми теорії та практики: монографія / Є. І. Григоренко та ін.; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків: [б. в.], 2013. 352 с. Постклассическая онтология права: монография / С. И. Максимов и др.; С.-Петерб. гос. ун-т; общ. ред. И. Л. Честнов. Санкт-Петербург: Алетеия, 2016. 688 с. (Толкование источников права). The mutual fund industry: Competition and investor welfare / R. G. Hubbard et. al. New York, NY: Columbia University Press, 2010. 256 p.

автор(и) та редактор(и)/упорядник(и)	Гель А. П., Семаков Г. С., Яковець І. С. Кримінально-виконавче право України: навч. посіб. / ред. А. Х. Степанюк. Київ: Юрінком Інтер, 2008. 624 с. Грошевий Ю. М. Вибрані праці / упоряд.: О. В. Капліна, В. І. Маринів. Харків: Право, 2011. 656 с. Петрик О. І. Шлях до цінової стабільності: світовий досвід і перспективи для України: монографія / відп. ред. В. М. Геєць. Київ: УБСНБУ, 2008. 369 с. Plath S. The unabridged journals / ed. K. V. Kukil. New York, NY: Anchor, 2000. 680 p.
автор(и) та перекладач(и)	Беккариа Ч. О преступлениях и наказаниях / вступ. ст. Н. И. Панова; пер. с итал. М. М. Исаев. Киев: Ин Юре, 2014. 240 с. (Памятники правовой мысли). Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний) / ред. Л. И. Евенко; пер.: Д. Васильев, В. Зотов. Москва: Прогресс, 1986. 424 с. Laplace P. S. A philosophical essay on probabilities / trans.: F. W. Truscott, F. L. Emory. Original work published 1814. New York, NY: Dover, 1951. 196 p.
без автора	Галузева економічна політика держави: проблеми правового забезпечення: колект. моногр. / за наук.ред. Д. В. Задихайла. Харків: Юрайт, 2013. 520 с. (Серія "Наукові праці кафедри господарського права Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого"; т. 1). Конституція України: наук.-практ. комент. / редкол.: В. Я. Тацій (голова) та ін. 2-ге вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2012. 1128 с. Настільна книга детектива, прокурора, судді: коментар антикорупційного законодавства / ред. М. І. Хавронюк. Київ: Дакор, 2016. 496 с. Політологічний енциклопедичний словник / упоряд. В. П. Горбатенко. 2-ге вид., переробл. і допов. Київ: Генеза, 2004. 736 с. Правове виховання в сучасній Україні: монографія / за заг. ред.: В. Я. Тацій, А. П. Гетьман, О. Г. Данильян. 2-ге вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2013. 440 с. Протидія терористичній діяльності: міжнародний досвід і його актуальність для України: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 30 верес. 2016 р. Київ: Нац. акад. прокуратури України. 2016. 432 с. Twenty-four hours a day. Miami, FL: BN Publishing, 2010. 400 p.
Багатотомні видання	
	Велика українська юридична енциклопедія: у 20 т. / Нац. акад. прав. наук України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. Харків: Право, 2016. Т. 1: Історія держави і права України. 848 с. Енциклопедія історії України: у 10 т. / НАН України, Ін-т історії України. Київ: Наук. думка, 2005. Т. 9. 944 с. Кримінальне право України. Загальна частина: підручник: у 2 т. / за ред.: В. В. Сташис, В. Я. Тацій. 4-те вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2010. Т. 1. 456 с. Кучерявенко Н. П. Курс налогового права: в 6 т. Харьков: Право, 2007. Т. 4: Особенная часть. Косвенные налоги. 536 с.

	Науково-практичний коментар Кримінального процесуального кодексу України: у 4 т. / ред. О. В. Стовба. Харків: Апостиль, 2015. Т. 2. 329 с. Правова система України: історія, стан та перспективи: у 5 т. / Акад. прав. наук України. Харків: Право, 2009. Т. 2: Конституційні засади правової системи України і проблеми її вдосконалення / заг. ред. Ю. П. Битяк. 576 с.
ІНШІ ВИДАННЯ	
автореферати дисертацій	Кравчук В. М. Припинення корпоративних правовідносин в господарських товариствах: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.03 / Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого. Харків, 2010. 36 с. Лісов О. С. Новітня вітчизняна історіографія створення та діяльності розвідки і контррозвідки України у 1917–1991 роках: автореф. дис. ... канд. іст. наук: 20.02.22 / Нац. ун-т оборони України ім. Івана Черняхівського. Київ, 2017. 20 с.
дисертації	Сокурєнко В. В. Публічне адміністрування сферою оборони в Україні: дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.07 / Нац. акад. внутр. справ. Київ, 2016. 573 с. Костєнко В. О. Економіко-правове забезпечення використання та охорони земель: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.06 / Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. Харків, 2015. 183 с. Bryant B.D. A sequentially articulated experiment to compare two instructional software input infrastructures: Doctoral dissertation / University at Albany. Albany, NY, 1998. 150 p.
архівні документи	Лист Голови Співки «Чорнобиль» Г. Ф. Лєпіна на ім'я Голови Ради Міністрів УРСР В. А. Масола щодо реєстрації Статуту Співки та сторінки Статуту. 14 грудня 1989 р. ЦДАГО України (Центр. держ. архів громад. об'єднань України). Ф. 1. Оп. 32. Спр. 2612. Арк. 63, 64, 64 зв., 71. Матеріали Ради Народних комісарів Української Народної Республіки. ЦДАВО України (Центр. держ. архів вищ. органів влади та упр. України). Ф. 1061. Оп. 1. Спр. 8–12. Копія; Ф. 1063. Оп. 3. Спр. 1–3. Наукове товариство ім. Шевченка. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника НАН України. Ф. 1. Оп. 1. Спр. 78. Арк. 1–7.
патенти	Люмінісцентний матеріал: пат. 25742 Україна: МПК6 C09K11/00, G01T1/28, G 21H3/00. No 200701472; заявл. 12.02.07; опубл. 27.08.07, Бюл. No 13. 4 с. Спосіб лікування синдрому дефіциту уваги та гіперактивності у дітей: пат. 76509 Україна. No 2004042416; заявл. 01.04.2004; опубл. 01.08.2006, Бюл. No 8 (кн. 1). 120 с.
препринти	Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль: Ін-т з проблем безпеки АЕС НАН України, 2006. 7, [1] с. (Препринт / НАН України, Ін-т проблем безпеки АЕС; 06-1). Шиляев Б. А., Воеводин В. Н. Расчеты параметров радиационного повреждения материалов нейтронами источника ННЦ ХФТИ / ANL USA с подкритической сборкой, управляемой ускорителем электронов. Харьков: ННЦ ХФТИ, 2006. 19 с.: ил., табл. (Препринт / НАН Украины, Нац. науч. центр «Харьк. физ.-техн. ин-т»; ХФТИ 2006-4).

стандарти	ДСТУ 7152:2010. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. [Чинний від 2010-02-18]. Вид. офіц. Київ, 2010. 16 с. (Інформація та документація). ДСТУ ISO 6107-1:2004. Якість води. Словник термінів. Частина 1 (ISO 6107- 1:1996, IDT). [Чинний від 2005-04-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2006. 181 с. ДСТУ 3582:2013. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). [На заміну ДСТУ 3582-97; чинний від 2013-08-22]. Вид. офіц. Київ: Мінекономрозвитку України, 2014. 15 с. (Інформація та документація).
бібліографічні показники	Володимир Володимирович Сташис: (до 85-річчя від дня народж. та 60-річчя наук.-пед. і громад. діяльності) / Нац. акад. прав. наук України; упоряд.: В. І. Борисов, В. І. Тютюгін, Л. М. Демидова. Харків: Право, 2010. 108 с. (Біографія і бібліографія вчених-правознавців). Лисосед О. В. Бібліографічний довідник з кримінології (1992–2002) / ред. О. Г. Кальман. Харків: Одиссей, 2003. 128 с. Систематизований показник матеріалів з питань адміністративної реформи, опублікованих у Віснику Національної академії державного управління за 1997– 2005 роки / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; уклад.: О. О. Бабінова, О. Г. Белінська. Київ: Вид-во НАДУ, 2006. 11 с.
каталоги	Горницкая И. П. Каталог растений для работ по фитодизайну / Донец. ботан. сад НАН Украины. Донецк: Лебедь, 2005. 228 с. Історико-правова спадщина України: кат. вист. / Харків. держ. наук. б-ка ім. В. Г. Короленка; уклад.: Л. І. Романова, О. В. Земляніщина. Харків, 1996. 64 с. Пам'ятки історії та мистецтва Львівської області: кат.-довід. / авт.-упоряд.: М. Зобків та ін.; Упр. культури Львів. облдержадмін., Львів. іст. музей. Львів: Новий час, 2003. 160 с.
ЧАСТИНА ВИДАННЯ	
розділ книги	Борисова В. И. Право частной собственности в системе социально-экономических прав и свобод граждан и пути его реализации. Харьковская цивилистическая школа: право собственности: монография / ред. И. В. Спасибо- Фатеева. Харьков: Право, 2012. Разд. 3, гл. 1. С. 87–99. Даньшин І. М. Злочини проти громадського порядку та моральності. Кримінологія. Загальна та Особлива частини: підручник / ред. В. В. Голіна. 2-ге вид., переробл. і допов. Харків: Право, 2009. Розд. 15. С. 138–145. Тацій В. Я. Повертаючись до питання боротьби зі злочинами у сфері приватизації. Тацій В. Я. Вибрані статті, виступи, інтерв'ю. Харків: Право, 2010. С. 221–229. Хряпінський П. Кримінально-правові засоби заохочення у публічному праві України. Правовий вплив на неправомірну поведінку: актуальні грані: монографія / за ред.: О. В. Козаченко, Є. Л. Стрельцов. Миколаїв: Іліон, 2016. С. 87–109. O'Neil J. M., Egan J. Men's and women's gender role journeys: A metaphor for healing, transition, and transformation. Gender issues across the life cycle / Ed. B. R. Wainrib. New York, NY: Springer, 1992. P. 107–123.

тези, доповідь	Боднар Т. В. Договір про закупівлю: особливості укладання і забезпечення. Актуальні проблеми приватного права: договір як правова форма регулювання приватних відносин: матеріали наук.-практ. конф., присвяч. 95-й річниці з дня народж. В. П. Маслова (Харків, 17 лют. 2017 р.). Харків: Право, 2017. С. 7–9. Данильян О. Г., Дьобань О. П. Досвід удосконалення органів державної влади в європейських країнах та можливості його використання в Україні. Проблеми розбудови державності та народовладдя в Україні: матеріали XXII Харків. політолог. читань (м. Харків, 21 трав. 2009 р.). Харків, 2009. С. 47–49. Шаповал В. Свобода та "природні права" людини як основа людського виміру права. Антропология права: філософський та юридичний виміри (стан, проблеми, перспективи): матеріали першого всеукр. круглого столу, м. Львів, 16–17 верес. 2005 р. Львів: Край, 2006. С. 286–295. Wu C. K., Makhoul M. M. Predicting the response of Aluminium casting alloys to heat treatment. Light Metals 2011: Proceedings of the technical sessions presented by the TMS Aluminium Committee at the TMS 2011 Annual Meeting & Exhibition, San Diego, California, USA, 27 February – 3 March, 2011. Hoboken, NJ: Wiley, 2011. P. 834–836.
стаття з довідкового видання	Баулін Ю. В. Обставини, що виключають злочинність діяння. Великий енциклопедичний юридичний словник / ред. Ю. С. Шемшученко. Київ: Юрид. думка, 2007. С. 550. Гончаренко В. Д. Повне зібрання законів Російської імперії. Велика українська юридична енциклопедія. Харків: Право, 2016. Т. 1: Історія держави і права України. С. 573–574. Ріка В. О. Декларація митна. Юридична енциклопедія. Київ: Укр. енцикл., 1998. Т. 2. С. 29. Bergmann P. G. Relativity. The New Encyclopedia Britannica. Chicago, IL: Encyclopedia Britannica, 1993. Vol. 26. P. 501–508.
стаття з продовжуваного видання	Гетьман А. П., Лозо В. І. Державно-правові проблеми подолання екологічної кризи в епоху глобалізації. Проблеми законності. Харків. 2013. Вип. 123. С. 65–77. Данильян О. Г., Петришин О. В. Проблема взаємовпливу правового виховання державотворчого процесу: українські реалії. Вісник Національної академії правових наук України. Харків, 2010. No 2. С. 28–39. Семенюк О. Г. Заходи безпеки в системі охорони державної таємниці. Держава і право. Юридичні науки. Київ, 2016. Вип. 72. С. 152–166.
стаття з періодичного видання (журнал, газета)	Кулак Н. В. Актуальні питання правового статусу добровільних формувань в Україні. Часопис Київського університету права. 2016. No 4. С. 84–88. Петришин О., Серьогіна С. Змішана республіканська форма державного правління: питання теорії та практики. Право України. 2009. No 10. С. 57–60. Benjamin A. C. The ethics of scholarship: A discussion of problems that arise in its application. Journal of Higher Education. 1960. Vol. 31, No. 9. P. 471–480. Середа М. Мирні зібрання: практика адмін. судів 2015 р. Юридичний вісник України. 2016. 12–18 лют. (No 6). С. 5.

	Тацій В. Я., Тютюгін В. І., Пономаренко Ю. А. Виклики сучасності і кримінальне право. <i>Голос України</i>. 2016. 29 січ. (№ 16). С. 6–7. Itzkoff D. A touch for funny bones and earlobes. <i>New York Times</i>. 2010. March 31. P. C1.
рецензії	Биков О. Нагальність оптимального міжнародно-правового врегулювання глобальних біоетичних проблем сучасності. <i>Віче</i>. 2016. № 1/2. С. 20–21. Рец. на кн.: Третякова В. Г. Міжнародно-правове регулювання глобальних біоетичних проблем: монографія. Київ: Кондор, 2013. 407 с. Драч О. О. [Рецензія]. <i>Український історичний журнал</i>, 2016. № 1. С. 217–219. Рец. на кн.: Темченко А. І. Традиційні мантичні практики: архаїка знакової системи. Черкаси: ІнтралігаТОР, 2015. 112 с. Csikos R., Garcia E., Worley R. Book Reviews. <i>Journal of Criminal Justice Education</i>. 2010. Vol. 21, No. 1. P. 93–99. Review of the book: Beck E., Britto S., Andrews A. <i>In the shadow of death: Restorative justice and death row families</i>. Oxford, NY: Oxford University Press, 2007. 336 p.
ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ	
Аналіз стану здійснення судочинства в 2015 році (за даними судової статистики). URL: http://www.scourt.gov.ua/clients/vsu/vsu.nsf/(documents)/D7F9F72E78DA88ECC2257F730036F282 (дата звернення: 17.03.2017). Гетьман Є. А. Підзаконні нормативно-правові акти органів виконавчої влади України та іноземних держав: порівняльна характеристика. Теорія і практика правознавства: електрон. наук. фахове вид. 2016. Вип. 1 (9). URL: http://tlaw.nlu.edu.ua/article/view/66302 (дата звернення: 17.06.2016). Оболенцев В. Ф. Базові засади системного аналізу злочинності та віктимізації в Україні: монографія. Харків; Костянтинівка, Сектор "С" АТО: Юрайт, 2016. 116 с. URL: http://dspace.nulau.edu.ua/bitstream/123456789/12015/1/Obolencev_2016_mon.pdf (дата звернення: 17.03.2017). Colletta L. Political satire and postmodern irony in the age of Stephen Colbert and Jon Stewart. <i>Journal of Popular Culture</i>. 2009. Vol. 42, No. 5. P. 856–874. DOI: 10.1111/j.1540-5931.2009.00711.x. Feminism. Encyclopædia Britannica online. URL: http://www.britannica.com/EBchecked/topic/724633/feminism. Trammell A. Magic: The gathering in material and virtual space: An ethnographic approach toward understanding players who dislike online play. <i>Meaningful Play 2010: October 21–23, 2010</i>, East Lansing, MI. URL: http://meaningfulplay.msu.edu/proceedings2010/mp2010_paper_42.pdf (Last accessed: 17.03.2017). Карнаух Б. П. Тлумачення договору: короткий нарис ізна національної і транснаціональної точок зору. <i>Проблеми законності</i>. 2016. Вип. 135. С. 39–51. DOI: http://dx.doi.org/10.21564/2414-990x.135.83852	
ЗАКОНОДАВЧІ ТА НОРМАТИВНІ ДОКУМЕНТИ	
Конституція України: станом на 1 верес. 2016 р.: відповідає офіц. тексту. Харків: Право, 2016. 82 с. Конституційний Суд України: рішення, висновки / відп. ред. А. С. Головін; уклад.: К. О. Пігнаста, О. І. Кравченко. Київ: Логос, 2011. Кн. 10. 431 с. Правова основа діяльності органів державної влади: зб. нормат. актів / упоряд. П. М. Любченко. Харків: ФІНН, 2010. 303 с. Національна доктрина розвитку освіти: затв. Указом Президента України від 17.04.2002 р. № 347. <i>Освіта</i>. 2002. 24 квіт. (№ 14). С. 2–4. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015 р. № 389- VIII. <i>Голос України</i>. 2015. 10 черв. (№ 101). С. 4.	

Інструкція про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень: затв. наказом М-ва юстиції України від 08.10.1998 р. No 53/5 (у ред. наказу від 26.12.2012 р. No 1950/5). Офіційний вісник України. 2013. No 3. Ст. 91.

Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. No 2341-III. Відомості Верховної Ради України. 2001. No 25–26. Ст. 131.

Про порядок класифікації надзвичайних ситуацій: постанова Каб. Міністрів України від 15.06.1998 р. No 1099. Офіційний вісник України. 1998. No 28. Ст. 1062.

Про запобігання корупції: Закон України від 14.10.2014 р. No 1700-VII. Дата оновлення: 12.03.2017. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1700-18/page> (дата звернення: 17.03.2017).

Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Закон України від 16.09.2014 р. No 1678-VII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1678-18> (дата звернення: 17.03.2017).

Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2017 році: від 15.09.2016 р. No 5132. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=60035 (дата звернення: 17.03.2017).

Ухвала апеляційного суду Полтавської області від 27 серпня 2014 р., судова справа No 551/818/14-к. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/41131992#> (дата звернення: 17.06.2016).

Case of Benham v. The United Kingdom (Application no. 19380/92): Judgment European Court of Human Rights, 10 June 1996. URL: <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-57990> (Last accessed: 17.03.2017).