

**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 ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКА

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

Ужгород 2024

Методичні рекомендації щодо проходження виробничої практики 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 виробничої практики 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.

© Задорожна І.В., 2024 р.

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2024 р.

Зміст

ВСТУП.....	4
1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ.....	5
1.1. Мета та завдання виробничої практики.....	5
1.2. Опис виробничої практики	8
1.3. Бази 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.....	17
ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	21
ДОДАТКИ.....	23

ВСТУП

Виробнича практика є важливим етапом освітньо-професійної підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Вона сприяє формуванню професійних компетентностей, необхідних для ефективного виконання майбутніх посадових обов'язків, підвищує конкурентоспроможність випускників на ринку праці та забезпечує можливість їх подальшого кар'єрного зростання як у вітчизняних, так і міжнародних компаніях.

Методичні рекомендації щодо проходження виробничої практики розроблено відповідно до вимог Законів України «Про освіту» та «Про вищу освіту», Положення «Про проведення практики студентів закладів вищої освіти України», Положення про академічну доброчесність Ужгородського національного університету (наказ № 409/01-17 від 01.03.2017 р.), а також освітньо-професійної програми «Маркетинг». Вони враховують сучасні тенденції розвитку маркетингової діяльності та вимоги роботодавців до підготовки фахівців у сфері маркетингу.

Виробнича практика є самостійним етапом навчального процесу, який здійснюється із відривом від аудиторних занять на базах практики – підприємствах, організаціях та установах усіх форм власності. Вибір бази практики здійснюється з урахуванням можливості набуття студентами необхідних практичних навичок, застосування теоретичних знань у реальних умовах ринкової економіки, що є ключовим аспектом формування висококваліфікованих маркетологів.

Під час проходження виробничої практики здобувачі освіти поглиблюють свої знання, отримують досвід вирішення професійних завдань, ознайомлюються з організаційною структурою підприємств, їх маркетинговою діяльністю, сучасними методами управління та просування продукції чи послуг. Особливу увагу приділено розвитку навичок критичного мислення, аналітичного підходу до оцінки ринкових процесів та самостійного прийняття рішень у сфері маркетингу.

Для успішного проходження виробничої практики студент повинен мати необхідну теоретичну підготовку, а також бути готовим до самостійного аналізу виробничих ситуацій. Також здобувачі консультуються з керівниками практики від закладу вищої освіти та підприємства, що сприяє більш ефективному засвоєнню матеріалу та адаптації до професійної діяльності.

Таким чином, виробнича практика відіграє важливу роль у підготовці майбутніх маркетологів, сприяючи їх професійному становленню, розвитку навичок комунікації, стратегічного планування та використання сучасних маркетингових технологій. Вона є невід'ємною складовою освітнього процесу, що поєднує теоретичне навчання з практичним досвідом, забезпечуючи високий рівень готовності випускників до роботи у сфері маркетингу.

1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ

1.1. Мета та завдання виробничої практики

Метою «**Виробничої практики**» 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.

Виробнича практика здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» має на меті формування професійних компетентностей, необхідних для здійснення маркетингової діяльності в умовах реального ринкового середовища. У зв'язку з цим визначено такі основні завдання:

1. **Закріплення та поглиблення теоретичних знань:**

- ознайомлення з принципами, методологічними підходами та сучасними тенденціями розвитку маркетингової науки та практики;
- аналіз маркетингового середовища підприємства, визначення його стратегічного позиціонування на ринку;
- дослідження споживчої поведінки, проведення сегментації ринку та визначення цільових аудиторій.

2. **Розвиток професійних компетентностей:**

- опанування методів та інструментів стратегічного та оперативного маркетингового управління;
- вивчення основ розробки та реалізації маркетингових стратегій, зокрема товарної, цінової, комунікаційної та дистрибуційної політики;
- використання сучасних цифрових технологій у маркетинговій діяльності, зокрема інструментів SEO, SMM, контент-маркетингу та email-маркетингу.

3. **Практичне застосування методів маркетингових досліджень:**

- організація та проведення маркетингових досліджень, зокрема опитувань, анкетування, фокус-груп, аналізу вторинних даних;
- обробка, систематизація та інтерпретація маркетингової інформації з використанням відповідного програмного забезпечення (Excel, Google Analytics, CRM-системи тощо);
- формування висновків та рекомендацій на основі отриманих аналітичних даних.

4. **Розвиток навичок комунікації та міжособистісної взаємодії:**

- взаємодія з підрозділами підприємства та зовнішніми стейкхолдерами;
- участь у переговорах із клієнтами та партнерами, формування комерційних пропозицій;
- розробка рекламних кампаній, PR-стратегій та комунікаційних заходів.

5. **Оцінка ефективності маркетингової діяльності:**

- аналіз ефективності застосованих маркетингових інструментів та технологій;
- визначення показників рентабельності маркетингових заходів, оцінка ROI;
- формування звітності та підготовка аналітичних матеріалів щодо маркетингової діяльності підприємства.

6. **Формування професійної етики та відповідальності:**

- дотримання етичних норм та стандартів маркетингової діяльності;

- виконання завдань у відповідності до чинного законодавства та корпоративної культури організації;
- розвиток критичного мислення, навичок прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Виконання зазначених завдань сприятиме інтеграції теоретичних знань та практичних навичок, підвищенню конкурентоспроможності здобувачів вищої освіти на ринку праці та формуванню їхньої готовності до здійснення професійної діяльності в галузі маркетингу.

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

Інтегральна компетентність:

ІК 1. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

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).

Спеціальні компетентності:

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

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

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

СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

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

Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	ПРН6
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 вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	ПРН16
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 **Виробничої практики**:

Очікувані результати навчання з практики	Шифр ПРН
Здобувачі повинні знати основні принципи та закономірності маркетингової діяльності, а також вміти пояснювати ключові підходи до управління маркетингом у реальних умовах діяльності підприємств.	ПРН1
Здобувачі повинні вміти проводити аналіз ринкової ситуації, оцінювати конкурентне середовище, прогнозувати тенденції розвитку ринку та формулювати обґрунтовані рекомендації щодо прийняття маркетингових рішень.	ПРН2
Здобувачі повинні вміти використовувати набуті теоретичні знання для розробки маркетингових стратегій, планування рекламних кампаній, управління брендом та реалізації маркетингових проектів на практиці.	ПРН3
Здобувачі повинні вміти визначати функціональні напрями маркетингової діяльності підприємства, розраховувати ключові показники ефективності (наприклад, ROI, CAC, CLV) та аналізувати взаємозв'язки між ними в системі управління.	ПРН6
Здобувачі повинні вміти застосовувати сучасні цифрові технології та програмні продукти (Google Analytics, CRM-системи, інструменти SEO, SMM-платформи) для аналізу, планування та оптимізації маркетингової діяльності.	ПРН7
Здобувачі повинні вміти самостійно організовувати свою діяльність, застосовувати гнучке мислення для вирішення маркетингових завдань, а також критично оцінювати власні результати з метою постійного удосконалення.	ПРН12
Очікується, що здобувачі повинні знати вимоги сучасного ринку праці до маркетологів та вміти швидко опановувати нові методи, технології та інструменти, що сприяють підвищенню їхньої професійної компетентності.	ПРН16
Здобувачі повинні знати морально-етичні та культурні стандарти, що регулюють професійну діяльність у сфері маркетингу, та вміти застосовувати принципи соціально відповідального маркетингу для формування довгострокових взаємовідносин зі споживачами.	ПРН18

1.2. Опис виробничої практики

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форманавчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4,5	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 135	4-й	4-й
Вид підсумкового контролю: диференційований залік Форма підсумкового контролю: захист звіту з практики	Семестр:	
	8-й	6-й
	Індивідуальна робота:	
	90	45
	Самостійна робота:	
	45	90

1.3. Бази практики студентів

Бази «Виробничої практики» 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 «**Виробничої практики**» визначається навчальним планом і становить 4,5 кредитів (135 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 виробничої практики, 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 менеджмент під час проходження студентами виробничої практики 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 «Виробничої практики» 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 пра ктики:	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

Виробнича практика є невід'ємною частиною навчального процесу, що спрямована на закріплення теоретичних знань, набуття професійних навичок та формування компетентностей, необхідних для майбутньої професійної діяльності. Практика проводиться на базі підприємств, установ та організацій, які відповідають профілю підготовки студентів, що дозволяє забезпечити їх ознайомлення з реальними умовами функціонування суб'єктів господарювання та сучасними підходами до управління маркетинговою діяльністю.

Основними завданнями виробничої практики є:

- Ознайомлення з організаційною структурою підприємства, його діяльністю, стратегічними цілями та місцем маркетингового підрозділу у загальній системі управління.
- Вивчення ринкового середовища, в якому функціонує підприємство, його конкурентного оточення та особливостей взаємодії з ключовими стейкхолдерами.
- Оволодіння методами маркетингових досліджень, аналізу споживчої поведінки та оцінки ефективності маркетингових стратегій.
- Дослідження системи управління товарною, ціновою, комунікаційною та збутовою політикою підприємства.
- Аналіз системи контролю та оцінки ефективності маркетингової діяльності.
- Виконання індивідуального завдання, що передбачає застосування отриманих знань на практиці.

Практика організовується відповідно до навчального плану та проводиться під керівництвом викладача кафедри і наставника від підприємства. Підсумковим результатом є підготовка звіту, в якому студент відображає результати виконаної роботи. Консультації керівників практики проводяться згідно затвердженого графіка, що забезпечує координацію діяльності студентів та їх підтримку під час виконання індивідуального завдання.

2.2. Програма практики

Інструктаж з техніки безпеки, знайомство з підприємством, його структурою та маркетинговими службами

Перший етап практики передбачає ознайомлення студентів з правилами техніки безпеки та охорони праці на підприємстві. Оскільки маркетингова діяльність охоплює широкий спектр аналітичних і операційних завдань, необхідно розуміти основні вимоги до безпечної організації праці. Також студенти досліджують організаційну структуру підприємства, взаємозв'язок його підрозділів та функціональні обов'язки маркетингового відділу. Значну увагу приділяють особливостям управління маркетингом, визначенню його ролі у стратегічному розвитку компанії.

Ознайомлення з діяльністю підприємства, його ринковим середовищем та конкурентами

На даному етапі практиканти аналізують діяльність підприємства, його історію, місію, бачення та основні напрямки розвитку. Досліджуються внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на ефективність функціонування компанії. Особлива увага приділяється аналізу ринкового середовища, в якому працює підприємство, а також визначенню його конкурентної позиції. Студенти знайомляться з методами стратегічного аналізу, такими як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, модель п'яти сил Портера, які дозволяють об'єктивно оцінити бізнес-середовище.

Вивчення товарної та цінової політики підприємства, управління асортиментом, аналіз життєвого циклу товару

Здобувачі досліджують принципи формування товарної політики компанії, методи управління асортиментом та стратегічні підходи до брендингу. Вивчаються критерії прийняття рішень щодо впровадження нових товарів на ринок, оптимізації товарного портфеля та управління життєвим циклом продукції. Студенти аналізують механізми ціноутворення, оцінюють вплив ринкових факторів на формування цінових стратегій, вивчають методи конкурентного ціноутворення та стратегії цінової дискримінації.

Аналіз системи збору та обробки маркетингової інформації, прогнозування попиту споживачів

В межах зазначеного етапу студенти знайомляться з методами збору, обробки та аналізу маркетингових даних, які використовуються для прийняття управлінських рішень. Вивчаються джерела первинної та вторинної інформації, методики анкетування, фокус-груп та аналізу великих масивів даних. Аналізується поведінка споживачів та прогнозуються можливі зміни у рівні попиту на основі статистичних моделей. Дослідження спрямоване на вдосконалення механізмів прийняття маркетингових рішень та адаптацію підприємства до динамічних умов ринку.

Дослідження каналів розподілу підприємства та оцінка їх ефективності

Розглядаються логістичні процеси, що забезпечують ефективне функціонування каналів збуту. Студенти вивчають методи оптимізації логістичних витрат, аналізують переваги та недоліки різних моделей розподілу. Оцінюється ефективність використання дистрибуційних каналів, їхній вплив на швидкість та доступність товарів для кінцевого споживача.

Вивчення маркетингової комунікаційної політики підприємства

Дослідження маркетингових комунікацій включає аналіз рекламних кампаній, стратегії управління брендом, заходів зі стимулювання попиту та програм громадських зв'язків. Вивчаються інструменти цифрового маркетингу, соціальних мереж та контент-стратегії. Аналізується бюджет комунікацій та ефективність рекламних кампаній на основі маркетингових показників.

Планування маркетингової діяльності: стратегічне та тактичне планування

Передбачається вивчення процесу стратегічного маркетингового планування, аналізування конкурентних переваг підприємства, методів розробки маркетингових стратегій та тактичного управління маркетингом. Оцінюються перспективи ринкового розвитку, прогнозуються можливі зміни в конкурентному середовищі та розробляються стратегії адаптації до цих змін.

Контроль за виконанням маркетингових заходів, аналіз ефективності маркетингових стратегій

Контроль маркетингової діяльності є важливим аспектом управління бізнесом. Студенти досліджують ключові показники ефективності (KPI), аналізують методи контролю маркетингових витрат, оцінюють рентабельність інвестицій у маркетингові заходи. Дослідження включає аналіз механізмів підвищення ефективності маркетингових стратегій, коригування рекламних кампаній та оптимізацію бюджетів.

Виконання індивідуального завдання

Індивідуальне завдання передбачає глибоке дослідження одного з аспектів маркетингової діяльності підприємства, яке є синтезом теоретичних знань та практичних навичок, здобутих протягом проходження практики. Таким чином, здобувач 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.

Підведення підсумків практики, написання та оформлення звіту

Завершальним етапом практики є написання фінального звіту, у якому студенти систематизують отримані дані, аналізують виконання завдань, формулюють 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. Теми творчих завдань для здобувачів вищої освіти:

1. Розробка концепції інноваційного продукту в умовах цифрової трансформації та аналіз його ринкового потенціалу.
2. Дослідження та вдосконалення програм лояльності з урахуванням персоналізації та використання штучного інтелекту.
3. Стратегії виходу на нові ринки в умовах глобальних змін та економічної невизначеності.
4. Вплив цифрового маркетингу на поведінку споживачів в умовах пандемії та постпандемічного відновлення.
5. Оцінка ефективності контент-маркетингу в умовах перевантаження інформацією (аналітика сайтів, блогів, SMM-кампаній).
6. Розробка рекомендацій щодо застосування нейромаркетингових технологій для підвищення конверсії в рекламі в цифровому середовищі.
7. Створення та аналіз ефективності email-маркетингових кампаній з акцентом на автоматизацію та персоналізацію контенту.
8. Оптимізація клієнтського сервісу за допомогою CRM-систем і чат-ботів для підвищення задоволеності споживачів.
9. Розробка стратегії екологічного маркетингу та сталого розвитку в контексті сучасних екологічних вимог та очікувань споживачів.
10. Аналіз впливу бренд-менеджменту на сприйняття компанії споживачами в умовах швидких змін на ринку.
11. Розробка стратегії просування товару/послуги через соціальні мережі з акцентом на нові платформи та тренди (TikTok, Instagram Reels).
12. Аналіз ефективності рекламних кампаній з використанням Big Data та аналітики для покращення результатів.
13. Дослідження споживчих уподобань та поведінки клієнтів з урахуванням трендів у поведінці на онлайн-платформах.
14. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на основі використання новітніх технологій та інноваційних бізнес-моделей.
15. Розробка маркетингової стратегії для запуску сезонного продукту з урахуванням глобальних трендів споживання.

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 виробничої практики для маркетологів складає 3 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 «виробничої практики» повинно відповідати календарному плану виробничої практики.

Календарний план «виробничої практики»

№ з/п	Вид та зміст роботи	Період виконання завдання	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
1.	Інструктаж з техніки безпеки, знайомство з підприємством, його структурою та маркетинговими службами	1 тиждень	1 тиждень
2.	Ознайомлення з діяльністю підприємства, його ринковим середовищем та конкурентами	1 тиждень	1 тиждень
3.	Вивчення товарної та цінової політики підприємства, управління асортиментом, аналіз життєвого циклу товару	1 тиждень	1 тиждень
4.	Аналіз системи збору та обробки маркетингової інформації, прогнозування попиту споживачів	1 тиждень	1 тиждень
5.	Дослідження каналів розподілу підприємства та оцінка їх ефективності	2 тиждів	2 тиждів
6.	Вивчення маркетингової комунікаційної політики підприємства (реклама, PR, стимулювання збуту, особисті продажі)	2 тиждів	2 тиждів
7.	Планування маркетингової діяльності: стратегічне та тактичне планування	2 тиждів	2 тиждів
8.	Контроль за виконанням маркетингових заходів, аналіз ефективності маркетингових стратегій	3 тиждів	3 тиждів
9.	Виконання індивідуального завдання	3 тиждів	3 тиждів
10.	Підведення підсумків практики, написання та оформлення звіту	3 тиждів	3 тиждів
11.	Загальна тривалість практики	3 тижні	3 тижні

3. ВИМОГИ ТА ПОРЯДОК ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ З ПРАКТИКИ

Результати проходження «Виробничої практики» 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 виробничої практики 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. Загальне ознайомлення з організацією роботи підприємства.

1.1. Загальна характеристика діяльності підприємства.

У першому підрозділі необхідно детально представити підприємство, зокрема його історію створення, етапи розвитку, а також сформулювати тип власності та організаційну форму. Оцінити основні показники діяльності, такі як фінансові результати, обсяг реалізації продукції, а також визначити ключові напрямки розвитку підприємства. Важливо підкреслити, як організація адаптується до змінюваних умов ринку.

1.2. Дослідження виробничої та організаційної структури підприємства.

Розглядається виробнича структура підприємства, яка охоплює процеси виробництва та розподілу продукції, а також організаційна структура, включаючи управлінські підрозділи. Визначається місце маркетингового підрозділу в загальній структурі підприємства, його роль та взаємозв'язок з іншими функціональними відділами.

Обсяг 1 розділу містить 5 – 6 сторінок.

Розділ 2. Дослідження маркетингової діяльності підприємства

2.1. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку.

Даний підрозділ спрямований на вивчення ринку, в якому функціонує підприємство. Проводиться аналіз основних тенденцій розвитку ринку, а також оцінюється рівень конкуренції та передумови для зростання чи згортання ринку. Визначаються чинники, що можуть вплинути на підприємство в короткостроковій та довгостроковій перспективі, зокрема зміни у поведінці споживачів і технологічні інновації.

2.2. Характеристика елементів маркетингового мікросередовища.

У зазначеному підрозділі здійснюється оцінка основних елементів маркетингового мікросередовища, таких як споживачі, конкуренти, постачальники, дистриб'ютори та інші контактні аудиторії. Аналізується поведінка споживачів, конкурентні стратегії, вплив постачальників на виробничі процеси та ефективність каналів розподілу. Особлива увага приділяється взаємодії з усіма зацікавленими сторонами для забезпечення конкурентних переваг підприємства.

2.3. Дослідження системи управління маркетингом.

Розглядається організаційна структура маркетингового підрозділу, визначається його роль у процесі прийняття стратегічних рішень підприємства. Оцінюється ефективність внутрішніх процесів управління маркетингом, включаючи розподіл обов'язків серед співробітників, координацію роботи відділів та управління маркетинговими проектами.

2.4. Дослідження елементів комплексу маркетингу підприємства.

Досліджуються складові маркетингового комплексу (4P) підприємства: продуктова політика, ціноутворення, канали розподілу та комунікаційні стратегії. Оцінюється формування товарного асортименту, методи ціноутворення, розподільчі канали та ефективність маркетингових комунікацій у просуванні продукції на ринку.

Обсяг другого розділу повинен бути 7-8 сторінок.

Розділ 3. Дослідження товарної та цінової політики підприємства.

3.1. Аналіз товарної політики підприємства.

У підрозділі проводиться оцінка політики формування товарного асортименту підприємства. Розглядаються принципи управління асортиментом, критерії для введення нових товарів на ринок та управління життєвим циклом продукції. Аналізується вплив брендингу та товарних інновацій на конкурентоспроможність підприємства.

3.2. Цінова політика підприємства.

Досліджується стратегія ціноутворення підприємства, зокрема методи встановлення цін, розрахунок рентабельності та адаптація ціни до змінюваних ринкових умов. Оцінюється вплив ціни на позиціонування продукції, конкурентоспроможність на ринку та ефективність застосування цінової дискримінації.

Обсяг третього розділу повинен бути 7-8 сторінок.

Розділ 4. Дослідження маркетингових комунікацій та планування маркетингової діяльності.

4.1. Вивчення маркетингової комунікаційної політики.

Аналізуються основні елементи маркетингових комунікацій підприємства, включаючи рекламу, PR, стимулювання збуту та особисті продажі. Оцінюється використання цифрових каналів, таких як соціальні мережі та інтернет-реклама, для досягнення маркетингових цілей.

4.2. Стратегії маркетингового планування.

Розглядається процес стратегічного планування маркетингової діяльності на підприємстві, зокрема визначення цілей, розробка маркетингових стратегій, прогнозування та адаптація до змін на ринку. Важливо оцінити, наскільки гнучкою є стратегія підприємства для реагування на зовнішні та внутрішні виклики.

4.3. Контроль та аналіз ефективності маркетингових заходів.

У четвертому підрозділі розглядаються методи контролю за виконанням маркетингових заходів, оцінка результативності рекламних кампаній та визначення ключових показників ефективності (KPI). Оцінюється здатність підприємства адаптувати свої маркетингові стратегії та коригувати діяльність для покращення результатів.

Обсяг четвертого розділу повинен бути 7-8 сторінок.

Розділ 5. Виконання індивідуального 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 виробничу практику 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 виробничу практику 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 звіту 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 виробничої практики 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 виробничої практики нумеруються арабськими цифрами у межах розділу. Нумери 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 появи у тексті звіту з виробничої практики, або за алфавітним порядком, у квадратних дужках (наприклад, [3, 213]).

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

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 В). 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. Маркетинг для бакалаврів: навчальний посібник / уклад.: І. Буднікевич, В. Вардеванян, О. Кифяк, І. Крупенна, І. Черданцева, І. Бабух, І. Зрибнєва, Н. Тафій, О. Бурдяк, Н.Філіпчук, ; за ред. д.е.н., проф. І.М. Буднікевич. 2-видання перероблене та доповнене. – Чернівці: Чернівець. нац. ун-т, 2021. 352 с.
4. Антонов С., Петрів О. Інноваційні технології у маркетинговій діяльності. Київ: Видавництво «Центр учбової літератури», 2022. 256 с.
5. 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.
6. Луцяк В. В. Красняк О. П., Кондратова М. В. Маркетингова діяльність підприємства: навч. посіб. Вінниц. нац. аграр. ун-т. Вінниця : ТВОРИ, 2019. 353 с.
7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
8. Гелліген Б. Вхідний маркетинг. К.: «Фабула», 2020. 240 с.
9. Праєт Д. Несвідомий брендинг. Як нейробіологія може посилити маркетинг. . К.: «Фабула», 2020. 304 с.
10. Філановський О. Краго-маркетинг і Україна. К.: «Фабула», 2021. 144 с.
11. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 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. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія. К.: Центр навч. і практ. літератури, 2019. 252 с.
5. 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.
6. Маркетингові дослідження : підручник. / Н.С.Косар, О.Б. Мних, Є.В. Крикавський, С.В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
7. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Центр учбової літератури, 2017. 240 с.
8. Маркетингова товарна політика: підручник / С.І. Чеботар, С.М.Боняр, О.П. Луцій та ін. К.: Преса України, 2017. 263 с.
9. Лаборцева О. І. Ризики в маркетингу : підручник. К: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 476 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 виробничої практики

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

Зміст

ВСТУП**РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНЕ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ОРГАНІЗАЦІЄЮ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА**

- 1.1. Загальна характеристика діяльності підприємства
- 1.2. Дослідження виробничої та організаційної структури підприємства

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

- 2.1. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку
- 2.2. Характеристика елементів маркетингового мікросередовища
- 2.3. Дослідження системи управління маркетингом
- 2.4. Дослідження елементів комплексу маркетингу підприємства

РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОЇ ТА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

- 3.1. Аналіз товарної політики підприємства
- 3.2. Цінова політика підприємства

РОЗДІЛ 4. ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 4.1. Вивчення маркетингової комунікаційної політики
- 4.2. Стратегії маркетингового планування
- 4.3. Контроль та аналіз ефективності маркетингових заходів

РОЗДІЛ 5. ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ**ВИСНОВКИ****СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ****ДОДАТКИ**

Зразок оформлення щоденника проходження виробничої практики

**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.

[illegible]

**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 І 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: Алетея, 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., Makhlof 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).