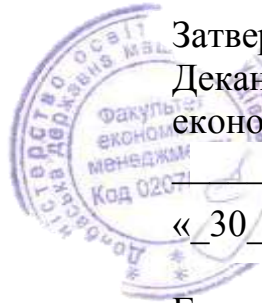


Донбаська державна машинобудівна академія  
Кафедра менеджменту



Затверджую:

Декан факультету

економіки і менеджменту

\_\_\_\_\_ /Є.В.Мироненко/

« 30 » серпня 2023 р.

Гарант освітньої програми:

Маркетинг

\_\_\_\_\_ /О.Є.Бурцева /

« 29 » серпня 2023 р.

Розглянуто і схвалено

на засіданні кафедри

Протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ /І.П.Фоміченко/

**РОБОЧА ПРОГРАМА ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ДО ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ (ОЗНАЙОМЧОЇ)**

галузь знань  
спеціальність  
ОПП  
освітній рівень

07 Управління та адміністрування  
075 Маркетинг  
Маркетинг  
перший (бакалаврський)

Факультет  
Розробник(и)

Економіки і менеджменту  
К.е.н., доцент Бурцева О.Є.

Краматорськ-Тернопіль - 2023

## ОПИС ПРАКТИКИ

**Мова навчання:** українська.

**Статус:** обов'язкова циклу практичної підготовки.

Найменування показників	Галузь знань, напрямок підготовки, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
		<b>денна / заочна форма навчання</b>
Кількість кредитів ЄКТС: 3,0	Галузь знань <u>07 «Управління та адміністрування»</u> (шифр і назва)	<b>Нормативна</b>
Модулів –	Спеціальність: <u>075 «Маркетинг»</u> (шифр і назва)	<b>Рік підготовки:</b>
Змістових тем –		2-й
Загальна кількість годин – 90		<b>Семестр</b>
Дисципліна Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – самостійної роботи здобувача –		4-й
Курсова робота – не передбачено	Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)	<b>Лекції</b>
		<b>Практичні</b>
		<b>Самостійна робота</b>
		90 год.
		Вид контролю: диф.залік

**Примітка.**

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання –; для заочної форми навчання –.

## ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Робоча програма проходження виробничої практики (ознайомчої) для здобувачів спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр» розроблена на підставі:

- Закону України «Про вищу освіту»;
- стандарту вищої освіти для спеціальності 075 «Маркетинг»;
- ОПП «Маркетинг»;
- положення про організацію освітнього процесу в Донбаській державній машинобудівній академії;
- навчального плану зі спеціальності 075 «Маркетинг»;
- положення про порядок проведення всіх видів практик здобувачів вищої освіти Донбаської державної машинобудівної академії в особливих умовах;
- інструкцій з охорони праці.

Програма практики є основним навчально-методичним документом, згідно з яким планується і регламентується діяльність керівників практики і студентів упродовж періоду проведення даного виду практики.

Виробнича практика (ознайомча) проводиться згідно з навчальним планом у 4-му семестрі тривалістю два тижні.

В підготовці маркетолога широкого профілю виробнича практика має істотне значення. Практика готує здобувачів до вивчення спеціальних дисциплін, що профілюють студента як майбутнього фахівця. Вона сприяє розвитку творчої і науково-технічної ініціативи, спрямованої на вирішення конкретних завдань виробництва. Ознайомча практика покликана сформувати у здобувачів професійні уміння, навички роботи у підрозділах підприємств, що виконують функції промислового маркетингу.

Під час проходження практики на підприємстві здобувачі ознайомлюються з реальними задачами, які потребують рішення в умовах існуючих інформаційних, нормативних та ресурсних обмежень, набувають навички, якими повинен володіти випускник вищого навчального закладу за освітньо-кваліфікаційним рівнем підготовки «бакалавр».

Практика має також значення і у вихованні здобувачів, є невід'ємним елементом єдиного плану учбово-виховної роботи ДДМА.

Ознайомча практика має на меті:

- ознайомитися з історією підприємства, особливостями його діяльності, організаційною та виробничою структурою;
- провести огляд і тенденції розвитку машинобудівної галузі України;
- ознайомитися з характером, змістом та умовами організації виробничого процесу;
- вивчити номенклатуру і асортимент продукції, її якісні параметри, основні технологічні процеси та взаємозв'язок між ними;
- ознайомитися з життєвим циклом виробництва промислової продукції та політикою її ціноутворення;
- ознайомитися з функціями цехів, служб та відділів підприємства;

- ознайомитися з функціями відділу маркетингу;
- освоїти зміст виробничих зв'язків між службами і відділами.

Під час практики для здобувачів вищої освіти проводяться екскурсії до музею історії Новокраматорського машинобудівного заводу та підрозділів підприємства за узгодженим маршрутом. В умовах дистанційного навчання практика організована відповідно до «Положення про порядок проведення всіх видів практик здобувачів вищої освіти ДДМА в особливих умовах» ([www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення\\_про\\_Практику\\_2022\\_Ред\\_22\\_05.pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Положення_про_Практику_2022_Ред_22_05.pdf)) та передбачає перегляд відео-релізів ПрАТ «НКМЗ» та онлайн-зустрічі з провідними фахівцями підприємства.

Практична підготовка передбачає безперервність та послідовність набуття потрібного обсягу знань і умінь відповідно до кваліфікаційного рівня «бакалавр».

Програма ознайомчої практики розроблена у відповідності до фахових компетентностей бакалавра з маркетингу:

*загальні:*

- ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
- ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.
- ЗК11. Здатність працювати в команді.
- ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

*фахові:*

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
- СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
- СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в

умовах невизначеності.

– СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

– СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

– СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

– СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

– СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

*програмні результати навчання:*

– Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

– Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

– Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

– Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

– Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

– Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

– Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

– Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

# 1 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ

## 1.1 Обов'язки підприємства-бази практики

Підприємство - база практики:

- проводить обов'язкові інструктажі з охорони праці й техніці безпеки з оформленням установленної документації;
- несе повну відповідальність за нещасні випадки зі студентами, що проходять практику на даному підприємстві;
- дотримується погоджених з ВНЗ календарних графіків проходження практики;
- надає допомогу в доборі матеріалів для складання звіту по практиці;
- організує разом з керівниками практики від академії оглядові екскурсії, зустрічі з фахівцями, переміщення здобувачів по виробничих прольотах і робочим місцям досліджуваних цехів відповідно до графіка вивчення цехів та відділів підприємства.

## 1.2 Обов'язки кафедри менеджменту

Кафедра менеджменту:

- забезпечує учбово-методичне керівництво практикою здобувачів;
- забезпечує підприємство, керівників і здобувачів робочими програмами;
- веде контроль проходження практики студентами безпосередньо на підприємстві, дотримання її строків;
- організує приймання заліку по практиці;
- розподіляє здобувачів по екскурсійних групах практики.

## 1.3 Обов'язки керівника практики від кафедри

Керівник практики від кафедри:

- забезпечує проведення всіх організаційних заходів перед початком практики: знайомить здобувачів з особливостями підприємства, робочою програмою практики, порядком її виконання, календарним графіком, порядком і строками переміщення здобувачів по цехах та відділах
- безпосередньо перебуває зі студентами в цеху практики весь робочий день;
- контролює вихід здобувачів на практику;
- здійснює контроль над виконанням студентами програми практики й правил внутрішнього розпорядку підприємства;
- видає студентам індивідуальні завдання;
- надає допомогу в доборі необхідних матеріалів для виконання студентами індивідуального завдання й звіту;
- перевіряє звіти по практиці й приймає залік.

## 1.4 Обов'язки здобувачів

Практиканти:

- строго дотримуються правил охорони праці й техніки безпеки, повністю погоджуються правилам внутрішнього розпорядку підприємства;
- щодня ведуть записи в щоденниках про всі види виконуваної роботи й отриману інформацію;
- виконують вказівки керівників практики від академії й підприємства;
- складають письмовий звіт про результати практики відповідно до встановлених положень і представляють його разом із щоденником на кафедру;
- виконують індивідуальне завдання.

### 1.5 Вимоги до звіту

Звіт з ознайомчої практики обов'язково повинен бути виконаний у відповідності з вимогами Стандарту академічної доброчесності [www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Стандарт академічної доброчесності 2.pdf](http://www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Стандарт_академічної_доброчесності_2.pdf)

Звіт з практики повинен мати чітку побудову, логічну послідовність викладених матеріалів, обґрунтованість висновків та рекомендацій. Не допускається дослівне переписування матеріалів підприємства та цитування літературних джерел заради заповнення у звіті необхідної кількості сторінок.

Структура звіту включає (в порядку перерахування): титульний аркуш, зміст; вступ; основна частина; висновки та рекомендації; список використаних джерел інформації та літератури; додатки.

Основна частина містить в собі ключові аспекти, що розкривають мету та завдання проходження практики, характеристики базових питань, що вивчаються, індивідуальне завдання, висновки як по кожного розділу, так і звіту в цілому.

Розділи поділяються на підрозділи самостійно студентами, виходячи із змісту практики (переліку питань, що підлягають опрацюванню).

Звіт повинен бути набраний на комп'ютері.

Всі частини звіту з практики мають бути оформлені відповідно до таких вимог: формат А4, гарнітура Times New Roman, кегль 14, міжрядковий інтервал 1,5, абзацний відступ 1,25 см. Поля: ліве –2,5 см, нижнє та верхнє – 2 см, праве – 1,5 см. Нумерація сторінок у верхньому правому куті. Приблизний загальний обсяг звіту з практики не більше 40 сторінок.

Заголовки розділів виконують великими літерами, симетрично до тексту, наприклад: ЗМІСТ, РОЗДІЛ, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТКИ. Крапку в кінці заголовку не ставлять.

Напроти кожної назви частини звіту вказують номер сторінки, з якої вона починається. Всі цифрові позначення сторінок повинні бути розміщені в одному рядку (стовпчику). Кожна частина (розділ) звіту починається з нової сторінки.

Індивідуальне завдання оформлюється у вигляді окремого розділу до основної частини звіту і має структуру: зміст; вступ; основна частина; список використаної літератури; додатки.

При наявності у звіті схем, графіків, діаграм, то їх варто називати рисунками (Рисунок 1) Всі рисунки нумеруються послідовно арабськими цифрами. Рисунки розміщуються відразу ж після посилань на них у тексті, супроводжуються назвою рисунка, яка розміщується під рисунком відразу ж після його номера. При використанні в звіті таблиць, в тексті на них робляться посилання (наприклад, "...інформація приведена в табл. 1"), а таблиці повинні мати відповідну нумерацію арабськими цифрами. Слово "таблиця" й її номер пишуться над лівим верхнім кутом таблиці з абзацним відступом (наприклад, *Таблиця 1*), через дефіс - заголовок таблиці, який розкриває суть її змісту. Слід розміщувати таблицю на одній сторінці. При перенесенні матеріалу на наступну сторінку в лівому куті наступної сторінки слід написати "*Продовження табл. 1*".

Формули в звіті слід нумерувати арабськими цифрами, взятими в дужки, які розміщуються на полях справа від формули. На цитати слід давати посилання – шляхом зазначення у дужках порядкового номера джерела інформації та номера сторінки, наприклад: [2, с. 20].

Звіт повинен поміщатися в прозору папку (*стандарт*).

Звіт з практики підписується студентом на титульній сторінці із зазначенням дати. Керівник практики від підприємства дає рецензію на звіт і робить висновки щодо готовності студента до практичної роботи (*допускається цей висновок зробити в характеристиці на студента про проходження практики*). Керівник практики від академії ретельно перевіряє звіт з практики, дає загальну оцінку проведеної роботи в рецензії та вирішує питання про допуск студента до захисту звіту при комісії.

Разом зі звітом з практики студент здає щоденник практики, оформлений належним чином, з необхідними підписами та печатками від підприємства.

## 1.6 Організація заліку з практики

По закінченні практики студент здає диференційований залік. Приймає залік викладач, що здійснює керівництво практикою від кафедри. Для допуску до заліку студент представляє щоденник, а також звіт по практиці, підписаний і завірений у відділі розвитку та адаптації персоналу заводу.

Результати проходження практики студентом оцінюються за наступними критеріями:

- наявність всіх необхідних документів, що супроводжують процес



- проходження практики;
- наявність обов'язкових формальних елементів звіту;
- самостійність виконання звіту;
- глибина проробки завдання практики;
- обґрунтованість ідей і висновків, висунутих студентом;
- успішність захисту звіту з практики студентом.

Підсумкова оцінка практики може бути визначена за допомогою шкали:

*“Відмінно”* (90 – 100 балів): наявні всі необхідні документи з практики з усіма реквізитами; звіт написано самостійно з дотриманням формальних вимог; завдання практики пророблені і висвітлені повністю; студентом продемонстрований високий рівень обґрунтування власних ідей, висновків, творчий підхід; звіт захищено успішно отримано відповіді на запитання по звіту.

*“Добре”* (75 – 89 балів): наявні всі необхідні документи з практики, проте деякі реквізити відсутні; звіт написано самостійно, але деякі формальні вимоги порушені; завдання практики пророблені і висвітлені не всебічно; студентом продемонстрований високий рівень обґрунтування власних ідей, висновків, проте вони суперечливі чи взаємовиключні; звіт захищено успішно, однак із зауваженнями.

*“Задовільно”* (55 – 74 балів): наявні всі необхідні документи з практики, проте деякі реквізити відсутні чи зазначені недостовірні дані; звіт засновано на плагіаті без використання посилань та/або деякі формальні вимоги порушені чи недотримані взагалі; завдання практики пророблені і висвітлені не в повному обсязі; студент продемонстрував схильність до механічної копіювання чужих ідей, висновків, вони суперечливі чи взаємовиключні; звіт ледве захищено через недостатні відповіді на запитання для захисту.

*“Незадовільно”* (менше 55 балів): відсутні один чи більше документів з практики, деякі реквізити відсутні чи зазначені недостовірні дані; звіт повністю засновано на плагіаті без використання посилань та/або багато формальних вимог порушено чи не дотримано взагалі; завдання практики пророблені і висвітлені не належним чином; студент продемонстрував схильність до механічної копіювання чужих ідей, висновків, вони суперечливі, взаємовиключні і можуть бути майже не пов'язаними з матеріалами практики; звіт не захищено через неадекватні відповіді на запитання для захисту і слабку орієнтацію в матеріалах звіту.

Звіт про проходження практики захищається студентом перед викладачем–керівником практики від ДДМА та ще одним викладачем кафедри, який входить до складу комісії з захисту звітів з практики. В процесі захисту визначається ступінь виконання робочої програми, глибина та самостійність викладення питань, які винесені на практику. При оцінці враховується характеристика студента, надана керівником практики від підприємства.

До захисту студент подає оформлені відповідно до вимог звіт про проходження практики та щоденник практики.

Процедура захисту передбачає:

1. Коротку промову про результати практики, яка має містити відомості

про місце проходження практики; характеристику робіт, що виконувалися під час практики; інформацію про виконання індивідуального завдання; висновки щодо виконання індивідуального завдання.

2. Для з'ясування ступеню виконання студентам програми практики викладач має задати питання.

Звіт перевіряється керівником практики від ДДМА і при дотриманні відповідних вимог допускається до захисту.

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	F X	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Для підготовки до заліку студент може скористатися переліком питань, наведених у додатку А.

## 2 ПОСЛІДОВНІСТЬ ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Практика проводиться в строки, установлені навчальними планами спеціальності. Студенти розподіляються по групах у кількості 10-15 чоловік. Склад груп і керівники практики від кафедри призначаються наказом по академії по поданню кафедри менеджменту. У період проходження практики студенти знайомляться із роботою, устаткуванням і технологією сталеплавильного, ливарного цеху, цеху металоконструкцій; механічного та механоскладального цехів; інструментального цеху тощо. З роботою відділу маркетингу, системою метрології й службою якості продукції студенти знайомлять на підставі бесіди з

керівниками цих підрозділів. Переміщення здобувачів по цехах проводиться відповідно до графіка, складеного на весь період перебування здобувачів на заводі. Графік складається кафедрою, і узгоджується з ВНіАП ПрАТ «НКМЗ». У графіку проходження практики вказується маршрут переміщення здобувачів по цехах, тривалість практики в кожному цеху. Графік повідомляється кожному студентові. Цехові керівники одержують графік проходження практики разом з розпорядженням по заводу (цеху) про проведення практики.

### **3 ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ЗДОБУВАЧІВ**

Метою індивідуального завдання є контроль уміння здобувачів вирішувати завдання стосовно до конкретних умов виробництва.

Як індивідуальне завдання студент повинен самостійно провести аналіз стану та тенденцій розвитку машинобудівної галузі України та розглянути особливості організації й роботи одного з відділів маркетингу. Виконання завдання передбачає аналіз статистичної інформації, складання загальної схеми управління відділом маркетингу та функціональних обов'язків його працівників.

Звіт по виконаному індивідуальному завданню оформлюється окремим розділом основного звіту по практиці і є предметом захисту при здачі студентом заліку по практиці.

### **4 ЗМІСТ ЗВІТУ**

Звіт по практиці повинен містити:

1 Титульний аркуш (зразок див. додаток Б).

2 Вступ - 2-3 стор.:

- загальна характеристика ПрАТ «НКМЗ», його роль у виробництві прокатного, ковальсько-пресового, гірського та інших видів устаткування;

- загальна характеристика основної продукції заводу;

- економічні зв'язки на міжнародному ринку промислової продукції.

3 Стану та тенденції розвитку машинобудівної галузі України.

4 Структура заводу й система управління.

5 По цехах:

- призначення цеху;

- заготівельне й основне виробництво цеху;

- територіальний розподіл цеху;

- контроль якості готових вузлів;

- кооперація з іншими цехами;

- нові технологічні процеси, застосовувані в цеху;

- штат цеху (за наявності інформації).

6 Відділ маркетингу:

- основне призначення відділу, його організаційна структура;

- функціональні обов'язки спеціалістів.

При описі всіх механічних цехів рекомендується висвітлювати наступні питання:

- основне призначення цеху й характеристика продукції;
- територіальний розподіл цеху на прольоти;
- основне устаткування кожного прольоту;
- нові технологічні процеси, реалізовані в цеху;
- кооперація й внутрішньоцехові зв'язки;
- техніко-економічні показники роботи цеху.

У додатку В наведено приклад змісту з ознайомчої практики, у додатку Г-бланк індивідуального завдання.

## 5 Рекомендована література

1. Закон України «Про вищу освіту» №2145-VIII від 05.09.2017 // Відомості Верховної Ради України. 2017. №38-39.
2. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26.11.2015 № 848-VIII. URL: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1977-12\\_23](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1977-12_23)
3. Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
4. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг: навчальний посібник: загальний курс; 5-те видання; пер. з англ. М.: Видавничий дім «Вільямс», 2011. 608 с.
5. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник для студентів вищ. навч. закл. К.: ЦУЛ, 2015. 612 с.
6. Белявцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2015. 328 с.
7. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку: монографія. Міжрегіональна акад. упр. персоналом; 2-ге вид., випр. і допов. К.: Політехніка, 2019. 400 с.
8. Вища освіта України і Болонський процес [Текст] : підручник [та ін.] ; Нац. ун-т оборони України ім. Івана Черняхівського, Каф. суспіл. наук. Київ : НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2015. 396 с.
9. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. 6-е вид., допов. К. : Лібра, 2008. 720с.
10. Голубков Є.П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс: підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. 390 с.
11. Ілляшенко С.М. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник. Суми: Університетська книга, 2014. 1134 с.
12. Ільченко А.М. Вища освіта і Болонський процес: Навчально-методичний посібник. Полтава: РВВ ПДАА, 2014. 316 с.
13. Кузьмін Е. Е. Маркетинг: підручник і практикум для СПО. 2017. 124 с.
14. Ліпсіца І.В., Ойнер О.К. Маркетинг-менеджмент: підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. 379 с.
15. Маркетинг в галузях і сферах діяльності: підручник і практикум для

акад. бакалаврату / під заг. ред. С. В. Коропової, С. В. Мхітаряна., 2017. 116 с.

16. . Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

17. . Сіняява І. М., Романенкова О. Н. Маркетинг: підручник для академічного бакалаврату / 3-е изд., перераб. і доп. 2017. 92 с.

### Інформаційні ресурси

1. Навчально-інформаційний портал ДДМА URL: [www.dgma.donetsk.ua/normativni-akti.html](http://www.dgma.donetsk.ua/normativni-akti.html)
2. Офіційне інтернет-представництво Президента України URL: <http://www.president.gov.ua/>.
3. [Верховна Рада України](http://www.rada.kiev.ua) URL: <http://www.rada.kiev.ua> .
4. Кабінет Міністрів України URL: <http://www.kmu.gov.ua/>.
5. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL:<http://www.nbu.gov.ua/>
6. Сайт кафедри менеджменту URL: [www.dgma.donetsk.ua/obschaya-informatsiya-menedzhment.html](http://www.dgma.donetsk.ua/obschaya-informatsiya-menedzhment.html)
7. «Маркетинг і менеджмент інновацій» URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
8. Маркетинг і реклама. Український професійний портал URL: [www.mr.com.ua](http://www.mr.com.ua).
9. Офіційний сайт Державного комітету статистики України URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
10. Офіційний сайт ПрАТ «НКМЗ» <http://nkmz.com/>
11. Офіційний сайт Української асоціації прямого продажу URL : [www.udsa.org.ua](http://www.udsa.org.ua)
12. Рекламастер URL: [www.reklamaster.com](http://www.reklamaster.com)
13. Українська асоціація маркетингу, журнал «Маркетинг в Україні», «Маркетинг-газета». URL: <http://www.uam.in.ua/ukr/about/>

Зразок титульного аркуша звіту по практиці  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
**Донбаська державна машинобудівна академія**  
(повне найменування вищого навчального закладу)

**Кафедра менеджменту**

(повна назва кафедри, циклової комісії)

ЗВІТ з \_\_\_\_\_  
(вид практики)

на базі \_\_\_\_\_  
(назва підприємства, організації)

Здобувача вищої освіти першого  
(бакалаврського) рівня  
Групи \_\_\_\_\_  
Спеціальності 075 «Маркетинг»

\_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

Керівник від ДДМА

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ініціали, науковий ступінь та вчене звання)

від підприємства \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(посада, прізвище та ініціали, підпис, печатка підприємства)

Національна шкала: \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_\_

Оцінка ECTS: \_\_\_\_\_

Члени комісії: \_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)

## Календарний графік проходження практики

№ з/п	Назви робіт	Тижні проходження практики					Відмітки про виконання
		1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Оформлення перепустки на підприємство. Проходження інструктажу з техніки безпеки і правил внутрішнього розпорядку	1					
2	Екскурсія по СПЦ	1					
3	Екскурсія по ФЛЦ	1					
4	Екскурсія по КПЦ	1					
5	Екскурсія по ЦМК	1					
6	Екскурсія по Мх 1	1					
7	Екскурсія по Мх 8		2				
8	Екскурсія по модельному цеху		2				
9	Екскурсія до Відділу маркетингу		2				
10	Екскурсія до музею НКМЗ		2				
11	Оформлення звіту		2				
12	Захист звіту		2				

Керівник практики від вищого навчального закладу \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

ПИТАННЯ  
для підготовки до заліку з ознайомчої практики  
на ПрАТ «НКМЗ»

- 1 Основні правила техніки безпеки при перебуванні на території й у цехах заводу.
- 2 Машинобудування як провідна галузь економіки країни
- 3 Загальна характеристика ПрАТ «НКМЗ» як сучасного машинобудівного підприємства.
- 4 Класифікація виробничих цехів за їх значимістю для виготовлення машинобудівної продукції.
- 5 Основні інженерні відділи заводу і їх призначення.
- 6 Характеристика основної продукції ПрАТ «НКМЗ».
- 7 Призначення й функції БТР цеху.
- 8 Призначення й функції ПРБ цеху.
- 9 Призначення й функції ПЕБ цеху.
- 10 Призначення й функції ВТК цеху.
- 11 Характеристика ЦМК.
- 12 Характеристика СПЦ.
- 13 Характеристика КПЦ.
- 14 Характеристика ФЛЦ.
- 15 Загальна характеристика механоскладального цеху № 3.
- 16 Види механічних випробувань, виконуваних для оцінки якості металу.
- 17 Характер взаємодії функціональних підрозділів цеху із загальнозаводськими службами й відділами на ПрАТ «НКМЗ».
- 18 Робота служб маркетингу в напрямку забезпечення виробництв замовленнями.



## ЗМІСТ

ВСТУП.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
1. СУЧАСНИЙ СТАН МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАТ «НКМЗ»	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3. ХАРАКТЕРИСТИКА СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ПРАТ «НКМЗ» .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.1 Сталеплавильний цех.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.2 Ковальсько-пресовий цех №2 .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.3 Фасонно – ливарний цех№2 (ФЛЦ-2).....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.4 Цех металоконструкцій .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.5 Механічний цех №1 .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.6 Механозбиральний цех № 8 .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.7 Модельний цех.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
3.8 Відділ маркетингу .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
4. ТЕХНІКА БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
ВИСНОВКИ.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

Кафедра \_\_\_\_\_ «Менеджмент» \_\_\_\_\_

ЗАВДАННЯ  
НА ПРОХОДЖЕННЯ ОЗНАЙОМЧОЇ ПРАКТИКИ  
здобувачу вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем  
ОПП «Маркетинг» групи \_\_\_\_\_

Шифр групи

\_\_\_\_\_  
(Прізвище, ім'я, по батькові)

2. База проходження практики \_\_\_\_\_ ПрАТ «НКМЗ» \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(Назва бази практики)

3. Термін практики \_\_\_\_\_

4. Перелік питань, що належить самостійно виконати в процесі проходження ознайомчої практики:

1. Дослідити стан та тенденції розвитку машинобудівної галузі України.

2. Розглянути етапи розвитку ПрАТ «НКМЗ».

3. Побудувати організаційну структуру відділу маркетингу.

Дата видачі завдання: \_\_\_\_\_

Керівник практики \_\_\_\_\_

Підпис

Ініціали, прізвище

Завдання до виконання прийняв \_\_\_\_\_

Підпис

Ініціали, прізвище