

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 ПРОХОДЖЕННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ**

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.

ОПИС ПРАКТИКИ

Мова навчання: українська.

Статус: обов'язкова циклу практичної підготовки.

Найменування показників	Галузь знань, напрямок підготовки, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни денна / заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС: 6,0	Галузь знань <u>07 «Управління та адміністрування»</u> (шифр і назва)	Нормативна
Модулів –	Спеціальність: <u>075 «Маркетинг»</u> (шифр і назва)	Рік підготовки:
Змістових тем –		4-й
Загальна кількість годин – 180		Семестр
Дисципліна Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – самостійної роботи здобувача –		8-й
		Лекції
		Практичні
		Самостійна робота
		180 год.
		Вид контролю: диф.залик
Курсова робота – не передбачено		

Примітка.

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

I. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Переддипломна практика – є невід’ємною складовою підготовки фахівців з вищою освітою. Вона спрямована на закріплення теоретичних знань, одержаних здобувачами вищої освіти в процесі навчання, оволодіння навичками та способами організації майбутньої професійної діяльності, формування професійного вміння приймати самостійні рішення у певних виробничих умовах.

Переддипломна практика проводиться згідно з навчальним планом у 8-му семестрі тривалістю чотири тижні.

Програма практики, у відповідності до якої організоване проходження переддипломної практики здобувачами вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» ОР «Бакалавр» складається 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.

Проходження переддипломної практики забезпечує перевірку теоретичних знань, отриманих здобувачами вищої освіти в період навчання в академії, їх закріплення, а також освоєння практичних навичок у сфері професійної діяльності за фахом.

Програма переддипломної практики розроблена у відповідності до фахових компетентностей бакалавра маркетингу:

загальні:

– ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

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

– ЗК3. Здатність 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.

– ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

– ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

– ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

фахові:

– СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

– СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

– 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.

– СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

– 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:

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

– Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового

середовища.

– P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

– P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

– P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

– P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

– P19. Реалізовувати функції маркетингу в умовах промислового виробництва та B2B-ринку

Робочі програми практики студентів є основним навчально-методичним документом для студентів, керівників практик від академії та баз практики. Практика студентів передбачає безперервність та послідовність її проведення для одержання потрібного достатнього обсягу практичних знань і умінь. Вона є суттєвою складовою частиною навчального процесу підготовки маркетологів.

Практика проводиться на підприємствах різних форм власності, рівень технології, організації виробництва й управління яких відповідає сучасним вимогам підготовки фахівця й повністю відповідає програмі практики.

II. МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

Метою практики є формування та розвиток у здобувачів вищої освіти професійного вміння приймати самостійні рішення в умовах конкретного підприємства, оволодіння сучасними методами та інноваційними способами мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю.

У результаті проходження переддипломної практики здобувач вищої освіти має:

- отримати досвід практичної роботи у відділах маркетингу, збуту та інших підрозділах підприємств, на які покладено маркетингові функції;
- закріпити теоретичні знання, отримані в академії;
- зібрати матеріал для написання звіту та кваліфікаційної роботи.

Основна мета практики – продемонструвати оволодіння інструментами маркетингу, підготувати та запровадити у діяльність компанії власні розробки, обґрунтовані в кваліфікаційній роботі.

Основні задачі практики

1. Закріплення теоретичних знань, які отримані студентами під час вивчення фахових дисциплін.
2. Вивчення нормативно-правової та обліково-звітної документації підприємств в галузі планування та організації маркетингової

діяльності підприємств виробничої сфери та сфери послуг тощо.

3. Вивчення досвіду роботи цих підприємств (організацій) в умовах ринкових відносин.

4. Придбання необхідних навичок самостійної роботи за фахом: від дослідження стану попиту на товари і послуги до їх реалізації на конкретному ринку.

5. Добір необхідних матеріалів для написання звіту по переддипломній практиці та завершення кваліфікаційної роботи по тематиці, яка рекомендована кафедрою.

Завдання переддипломної практики складається в узагальненні матеріалів, накопичених студентом раніше. Як правило, вихідні дані по темі роботи студенти починають збирати під час проходження виробничої практики й завершують під час переддипломної практики.

III КЕРІВНИЦТВО ПЕРЕДДИПЛОМНОЮ ПРАКТИКОЮ

Відповідальний за організацію й проведення практики на кафедрі:

—здійснює організаційне й методичне керівництво переддипломною практикою студентів і контроль за її проведенням;

—забезпечує виконання підготовчої й поточної роботи по організації й проведенню практики;

—організує розробку й узгодження програми переддипломної практики з підприємствами й установами- базами;

—розробляє програму переддипломної практики, учбово-методичної документації;

—призначає із числа досвідчених викладачів кафедри керівників практики й кваліфікаційних робіт студентів;

—розподіляє студентів по місцях практики, готує і представляє начальникові відділу виробничої практики ДДМА списки студентів, їхнє закріплення за базами практики й необхідну документацію по напрямку студентів на переддипломну практику;

—готує і проводить разом з деканатом організаційні збори студентів перед початком практики;

—організує консультації для студентів у період практики, становить розклад консультацій;

—разом із завідувачем кафедрою (заступником завідувача по навчальній роботі) формує комісію із прийому захисту звітів студентів про переддипломну практику, розробляє графік її роботи (засідань);

—готує й організує науково-методичну конференцію студентів за підсумками практики й відбирає на неї кращі доповіді;

—у двотижневий строк після закінчення практики готує звіт про її підсумки й представляє його на кафедру менеджменту;

—організує зберігання звітів і щоденників студентів по практиці.

Керівник переддипломної практики:

—видає завдання на практику;

—видає щоденник;

—надає науково-методичну допомогу;

—рекомендує основну й додаткову літературу;

—проводить індивідуальні консультації;

—веде контроль за процесом проходження практики;

—бере участь у комісії із прийому заліку з практики.

Керівник практики від підприємства призначається наказом по організації, видає студентові характеристику про придбані навички, його дисципліні, ретельності й ініціативності в роботі, про участь студента в суспільному житті організації.

Після повернення до академії студент-дипломник доповідає керівникові про закінчення практики й здає на перевірку щоденник та звіт у зазначені випускаючою кафедрою строки.

IV ЗМІСТ ПРАКТИКИ

В основу звіту повинні бути покладені ретельно відібрані, достовірні, систематизовані і узагальнені дані. У процесі збору і первинного опрацювання матеріалу слід звертати увагу на кількісну відповідність аналогічних даних у різних джерелах, що підтверджує їх релевантність.

Переддипломна практика має вузьку спрямованість та обмежується збором, вивченням і опрацюванням матеріалів за темою кваліфікаційної роботи здобувача вищої освіти (додаток А).

Здобувач вищої освіти проходить практику у тому підрозділі підприємства, зміст діяльності якого найбільшою мірою відповідає темі кваліфікаційної роботи. Це переважно один із відділів підприємства (маркетинговий, рекламний та комерційний відділи, відділ логістики, збуту тощо).

Для висвітлення змісту розділів програми практики, які не входять до компетенції підрозділів, де проходить практика, здобувачу вищої освіти слід ознайомитися і зібрати інформацію в інших підрозділах підприємства (виробничий відділ, юридична служба, бухгалтерія тощо).

У процесі проходження практики здобувач вищої освіти досліджує стан обраної проблеми в умовах конкретного підприємства, проводить необхідні спеціальні обстеження; визначає напрямки, що потребують удосконалення; обґрунтовує можливості застосування запропонованих рекомендацій, визначає ефективність їх практичного застосування.

Під час практики здобувач вищої освіти повинен ознайомитися із виробничою та організаційною структурою підприємства, складом його підрозділів: цехами, дільницями, відділами, секціями, складськими

приміщеннями тощо. У зв'язку з цим, інженер із техніки безпеки (або працівник, який відповідає за техніку безпеки на підприємстві) повинен проінструктувати здобувача вищої освіти - практиканта щодо правил техніки безпеки та охорони праці.

На початку практики здобувачу вищої освіти необхідно ознайомитися з характером господарської діяльності підприємства, його організаційною структурою, рівнем організації маркетингової, комерційної та рекламної роботи. Також слід ознайомитися з основними формами статичної, облікової додаткової оперативної та іншої звітності підприємства та його підрозділів щодо виробничої та торговельної діяльності підприємства.

Процес проходження переддипломної практики передбачає збір необхідної інформації, розробці аналітичних таблиць, виконанні економічних розрахунків, які дозволять зробити висновки про динаміку та тенденції розвитку основних економічних показників виробничо-торговельної діяльності підприємства.

У цілому зміст, обсяг і напрямки практики визначаються індивідуально, у кожному випадку, керівником практики від академії, з урахуванням теми кваліфікаційної роботи здобувача вищої освіти та специфіки підприємства, що досліджується.

Джерелами інформації для виконання кваліфікаційної роботи на підприємстві є звіти та плани різних напрямків господарської діяльності, дані оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку, оперативна і періодична документація.

У процесі збору та опрацюванні матеріалу слід застосовувати елементи наукових досліджень, звертати увагу на кількість аналогічних даних різних джерел, що підтверджують їх вірогідність. Під час цих дій важливо використовувати одержані в ДДМА теоретичні знання та набуті вміння зі статистики, математичних методів моделювання економічних процесів, електронно-обчислювальної техніки, маркетингових досліджень тощо.

Збираючи та опрацьовуючи матеріал, необхідно вивчати передовий вітчизняний та світовий досвід, нормативні документи (закони, положення, інструкції, стандарти тощо), літературні джерела, публікації видатних науковців, розробки та патенти вчених. З урахуванням цих матеріалів дається оцінка реального стану підприємства (або підприємств), з'ясовуються недоліки та обґрунтовуються шляхи їх усунення, рекомендуються напрямки вирішення проблем та питань, що розглядаються.

Переддипломна практика складається відповідно до вибраного здобувачем напряму наукового дослідження в рамках кваліфікаційної роботи із попереднім визначенням кола питань, які стануть об'єктом дослідження, та узгодженням з керівником практики від організації потенційної можливості отримання необхідної інформації.

Отже, під час переддипломної практики студентом виконується індивідуальне завдання, що відповідає темі його бакалаврської роботи. Зміст індивідуального завдання та порядок його виконання затверджуються науковим

керівником бакалаврської роботи.

Тематика індивідуальних завдань (типова тематика дослідження) формується відповідно до напрямів науково-дослідної тематики випускової кафедри та сучасних досягнень науки у предметній області сфери маркетингу.

Ефективність виконання індивідуального завдання значною мірою залежить від того, наскільки правильно орієнтований студент на зміст практичного завдання, на його пріоритетні питання, а також на раціональний розподіл часу, відведеного на проходження практики. Під час проходження переддипломної практики практиканту рекомендується ознайомитися з вітчизняною та зарубіжною літературою, Інтернет-джерелами, в яких висвітлюється досвід діяльності організацій з теми дослідження. Також слід вивчити нормативно-правові акти, постанови, інструкції і методичні вказівки, що регламентують діяльність підприємства.

Зміст діяльності студента під час проходження переддипломної практики визначається її загальними завданнями. У зв'язку з цим, за період практики студенти повинні особисто виконати роботу за такими етапами (табл.1).

Таблиця 1 – Етапи проходження переддипломної практики

1 Попереднє вивчення стану проблеми (актуальність і ступінь її вирішеності).
2 Діагностика об'єкта дослідження (відповідно до індивідуального завдання) Підбор необхідних даних для проведення критичного аналізу проблеми й розробки досліджуваного питання. Аналіз процесів прийняття рішень конкретно по розглянутій проблемі.
3 Аналіз зібраних матеріалів і визначення способів рішення проблеми, або оптимізації існуючого рішення або моделі.
4 Оформлення звіту про проходження переддипломної практики

На першому етапі студенти вивчають теоретичні та методологічні аспекти забезпечення діяльності організації, що є базою практики, а також науково-практичної проблеми, визначеної індивідуальним завданням. Це є необхідним для подальшого результативного дослідження детермінованої науково-практичної проблеми. При цьому вони здійснюють аналітичний огляд літературних джерел з предмету наукового дослідження, що є складовою бакалаврської роботи.

На другому та третьому етапі студенти збирають фактичний матеріал з практики діяльності конкретної організації і, використовуючи його, характеризують об'єкт дослідження та аналізують досліджувану проблему. Вивчення проблеми має здійснюватися на основі накопиченого і систематизованого матеріалу, групування та обробки даних, що дозволить провести кваліфікований аналіз та обґрунтувати пропозиції щодо розв'язання науково-практичної проблеми в менеджменті.

Отже, структура звіту з переддипломної практики містить наступні розділи.

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ПРОБЛЕМИ

РОЗДІЛ 2 ДІАГНОСТИКА ОБ'ЄКТА ДОСЛІДЖЕННЯ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (згідно індивідуального завдання)

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Висновки повинні містити реферативне викладення загальних результатів дослідження та пропозицій.

Розділи звіту про практику за узгодженням з науковим керівником поділяються на підрозділи з урахуванням змісту індивідуального завдання (теми дослідження).

Отже, під час проходження переддипломної практики студент має підготувати пропозиції науковому керівникові щодо змісту теоретичного та дослідницько-аналітичного розділів бакалаврської роботи, комплексу завдань для дослідження з використанням комп'ютерних технологій.

Індивідуальне завдання розробляється керівником кваліфікаційної роботи і видається кожному здобувачеві вищої освіти.

Зміст індивідуального завдання повинен враховувати конкретні умови та можливості підприємства (організації, установи), відповідати потребам виробництва і одночасно відповідати цілям і завданням дипломування за спеціальністю 075 «МАРКЕТИНГ».

Індивідуальне завдання складається в довільній формі (рекомендована форма індивідуального завдання наводиться в додатку Б) і залежить від теми кваліфікаційної роботи, об'єкту, предмету та завдань дослідження. Тому, перш ніж приступити до розробки індивідуального завдання на переддипломну практику, слід визначитися з вищезазначеними елементами кваліфікаційної роботи та скласти попередній план кваліфікаційної роботи бакалавра. Це дасть можливість розробити якісне індивідуальне завдання та визначитися зі змістом, обсягом звіту з практики, документацією, що потрібна для написання кваліфікаційної роботи, та уникнути труднощів при написанні практичної (другої, аналітичної) частини кваліфікаційної роботи. Слід зазначити, що індивідуальне завдання за потреби може змінюватися під час проходження переддипломної практики, але ці зміни обов'язково узгоджуються з науковим керівником.

У процесі виконання індивідуального завдання переддипломної практики студент відповідно до кваліфікаційних вимог повинен проявити:

- знання та вміння з навчальних дисциплін професійної підготовки, які розкривають теоретичні основи та практичні питання маркетингової діяльності;
- уміння відбирати, систематизувати та обробляти інформацію відповідно до цілей дослідження;
- уміння виявляти причинно-наслідкові зв'язки процесів і явищ у

конкретній галузі;

– уміння обґрунтовувати наукові висновки щодо удосконалення маркетингової діяльності.

Звіт з переддипломної практики обов'язково повинен бути виконаний у відповідності з вимогами Стандарту академічної доброчесності

www.dgma.donetsk.ua/docs/acts/Стандарт_академічної_доброчесності_2.pdf

У ОРГАНІЗАЦІЯ Й ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ

Базами практики можуть бути підприємства та організації різних форм власності і типів господарювання, з якими кафедра менеджменту Донбаської державної машинобудівної академії уклала угоду, та які здатні створити умови і надати необхідну інформацію здобувачам вищої освіти для виконання програми практики. Бази практики (підприємства, організації, установи будь-якої форми власності) мають відповідати вимогам програми практики, зокрема:

- мати в своїй структурі відділи маркетингу або здійснювати маркетингову діяльність;
- володіти достатньою інформаційно-статистичною базою для даного виду практики.

Високий рівень професіоналізму фахівців базових організацій має забезпечувати можливість сприяння здобувачам вищої освіти у набутті професійних умінь і навичок.

Вибору баз практики повинна передувати робота кафедри з вивчення виробничих та економічних можливостей підприємств з точки зору їх придатності для проходження практики здобувачами за спеціальністю «Маркетинг». Формування переліку баз практик та контроль за укладанням відповідних угод здійснює керівник практики від кафедри та фахівець відділу практичної підготовки, сприяння працевлаштуванню та стажуванню випускників академії. Допускається проходження практики здобувачами на інших підприємствах у разі відповідності їх вимогам, що висуваються до баз практики. Розподіл здобувачів за базами та призначення керівників практик від академії здійснюється кафедрою та в подальшому затверджується відповідним наказом ректора.

Підставою для призначення конкретної організації базою практики є наявність укладеного договору між ДДМА та даною установою на проходження практики або індивідуальних договорів на підставі листів від установ та організацій (додаток В).

Безпосереднє керівництво роботою студентів здійснює керівник практики від підприємства. Він забезпечує умови для виконання студентами програми й індивідуального завдання, консультує з питань виробничого маркетингу, ведення щоденника, складання звіту. По закінченні практики перевіряються

щоденник і звіт про практику й оцінюється робота студента.

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)

VI НАУКОВО-ДОСЛІДНА РОБОТА СТУДЕНТІВ В ПЕРІОД ПРОХОДЖЕННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Формування, закріплення та удосконалення знань, вмінь та навичок, розвиток творчого мислення та підходів до вирішення конкретних задач, вміння самостійно приймати та реалізовувати рішення, все це здійснюється під час проходження студентами переддипломної практики.

Основні напрямки організації науково-дослідної роботи студентів під час переддипломної практики:

— синтез творчого та практичного навчання з використанням конкретних результатів, втілених в дипломні роботи, самостійні наукові роботи, статті;

— розвиток у студентів здібностей до самостійних обґрунтованих суджень та висновків;

— надання студенту під час проходження переддипломної практики можливості випробувати свої сили на різних напрямках сучасної науки;

— притягнення студентів до раціоналізаторської роботи та винахідництва;

— притягнення студентів до процесу вирішення виробничих, економічних та соціальних задач;

— формування у студентів стійкої потреби участі у суспільно-значущій діяльності;

До основних задач наукової діяльності студентів під час практики входять: оволодіння фундаментальною науковою базою свого напрямку та спеціалізації, методологією наукової творчості, сучасними інформаційними технологіями, підготовка до науково дослідної діяльності.

Після закінчення практики отримані знання та навички використовуються студентами під час написання кваліфікаційних робіт (в тому числі комплексних), впроваджуються результати власних досліджень у виробничий процес в зацікавлених підприємствах, також дають можливість приймати участь в конференціях з доповідями, в конкурсах всіх рівнів з науковими роботами, конкурсах грантів.

VII РОБОЧІ МІСЦЯ Й ПОРЯДОК ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Переддипломна практика студентів повинна проходити в одному з підрозділів підприємства (організації, установи), що виконує маркетингові функції (маркетинговий, рекламний та комерційний відділи, відділ логістики, збуту тощо). Маючи робоче місце в одному з таких підрозділів, студенти знайомлять із діяльністю інших підрозділів у міру виконання програми практики.

Під час проходження практики студенти дотримують і виконують всі вимоги, що діють на підприємстві, правила внутрішнього трудового розпорядку. На час практики студент може бути прийнятий на вакантну штатну посаду з виконанням конкретного виробничого завдання й оплатою праці. У цьому випадку на нього поширюються всі положення трудового законодавства й положення відповідної посадової інструкції.

Для забезпечення орієнтованого на специфіку підприємства і його підрозділів керівництва практикою від підприємства призначаються керівники із числа кваліфікованих і досвідчених фахівців.

Керівник практики від підприємства зобов'язаний:

- організувати практику студентів у повній відповідності з положенням і програмою практики;
- забезпечити студентів робітниками місцями у відповідності зі спеціальністю й створити необхідні умови для одержання ними в період проходження практики інформації про техніку й технологію виробництва, організації виробництва й праці, економіці й управлінні виробництвом і т.д.;
- разом з керівником практики від кафедри при участі студентів розробити індивідуальні календарні плани-графіки проходження практики й здійснювати контроль за його виконанням;
- зробити студентам сприяння у виборі й уточненні тим кваліфікаційних робіт, що представляють практичний інтерес для підприємства;
- надати допомогу студентам у зборі, систематизації й аналізі первинної техніко-економічної інформації на підприємстві для виконання дипломних проектів;
- забезпечити студентів необхідними консультаціями із всіх питань, що входять у завдання по переддипломній практиці й дипломному проєкті, із залученням фахівців підприємства;
- надати студентам можливість користуватися обчислювальною й оргтехнікою для обробки інформації й оформлення звіту;
- контролювати виконання студентами завдань на практиці й правил внутрішнього розпорядку;
- по закінченні практики дати висновок про роботу студентів оцінкою фундаментальної, загально професійної й спеціальної підготовки, відносини до виконання завдань і програми практики;
- надати студентам можливість обговорення на підприємстві (у

підрозділі) результатів систематизації й аналізу вихідної інформації й рішення завдань за темою кваліфікаційної роботи.

ІХ ПРАВА Й ОBOB'ЯЗКИ СТУДЕНТІВ У ПЕРІОД ПРАКТИКИ

При проходженні практики студенти мають право:

—одержувати необхідну інформацію для виконання завдання на практику, а також для виконання дипломного проекту;

—користуватися бібліотекою підприємства й з дозволу головних фахівців і керівників підрозділів інформаційними фондами й технічними архівами підприємства;

—одержувати компетентну консультацію фахівців підприємства з питань, передбачених завданням на практику й дипломний проект;

—з дозволу керівника практикою від підприємства й керівника підрозділу користуватися обчислювальною й оргтехнікою для обробки інформації, пов'язаної з виконанням завдання по практиці й дипломному проекті;

—користуватися послугами підрозділів невиробничої інфраструктури підприємства (їдальні, буфетом, спортспорудами й т.п.).

У період практики студенти зобов'язані:

—повністю й самостійно виконувати завдання, передбачені програмою й календарним планом практики;

—здійснити збір, систематизацію, обробку й аналіз первинної економіко-управлінської інформації й ілюстративних матеріалів по темі роботи;

—забезпечити необхідну якість і нести рівну зі штатними працівниками відповідальність за виконувану роботу із плану підрозділу і її результати;

—регулярно вести записи в щоденнику практики про характер виконуваної роботи й завдань і вчасно представляти його для контролю керівникам практики;

—підкорятися діючим на підприємстві правилам внутрішнього трудового розпорядку, строго дотримувати правил охорони праці;

—представити керівникові практики звіт про виконання всіх завдань і захистити його.

При порушенні студентом трудової дисципліни й правил внутрішнього розпорядку підприємства по поданню керівника підрозділу й керівника практики від підприємства він може бути відсторонений від проходження практики, про що повідомляється деканові факультету й завідувачеві випускаючої кафедри. За їх пропозицією ректор може розглядати питання про відрахування студента з ВНЗ.

IX КОНТРОЛЬ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ЗГІДНО КРЕДИТНО-МОДУЛЬНОЇ СИСТЕМИ

Після проходження практики здобувач зобов'язаний в тижневий термін подати на кафедру письмовий звіт, складений відповідно до робочої програми, а потім у визначений графіком строк захистити його.

Підведення підсумків практики проводиться згідно встановленого порядку.

За результатами захисту звіту виставляється диф.залік.

Збираючи та опрацьовуючи матеріал, необхідно дослідити якомога більше нового з того, що з'явилося у практиці господарювання в даній галузі, передовий досвід, нормативні документи. З урахуванням цих матеріалів здійснюється аналітичне оцінювання діяльності підприємства у досліджуваному напрямі, з'ясовуються шляхи і обґрунтовуються конкретні заходи щодо підвищення ефективності його функціонування і розвитку.

Звіт повинен давати уявлення про виконану роботу, показати обізнаність здобувачів у питаннях, що становлять зміст практики. Звіт – результат самостійної творчої роботи здобувача. Він повинен відповідати таким вимогам: стислість і чіткість побудови, переконливість аргументації, обґрунтованість висновків і рекомендацій.

Обсяг звіту – 40-45 сторінок тексту (без врахування додатків).

Звіт повинен бути лаконічним, оформленим з використанням статистичного матеріалу, схем, таблиць. До звіту необхідно додати документацію, зібрану під час практики.

Титульний лист, календарний план та щоденник повинні бути оформлені відповідно до додатків Г, Д, Ж.

Звіт повинен містити: титульний аркуш, зміст, вступ, основні розділи, висновки, список використаних джерел, додатки. Схеми, діаграми, таблиці, що повністю займають площу сторінки, оформляються у вигляді додатків до звіту. Всі матеріали повинні бути зброшуровані. Завершену і належним чином оформлену роботу обов'язково підписує автор на титульному листі.

Робота має бути надрукована на одному боці сторінок стандартного білого паперу формату А4 (210x297 мм). У друкованому варіанті текст розташовується через 1,5 міжрядкових інтервали (до тридцяти рядків на сторінці) з мінімальною висотою шрифту 1,8 мм. Допускається розміщувати таблиці та інші ілюстративні матеріали на аркушах формату А3 (не більше 40 рядків на сторінці).

Текст звіту розміщується на аркуші з дотриманням таких розмірів полів: з лівого боку – 25 мм, з правого – 15 мм, зверху – 20 мм, знизу – 20 мм.

Вписувати у друкований текст звіту окремі слова, формули, умовні позначення можна чорнилом, тушшю чи пастою чорного кольору. При цьому щільність вписаного тексту має бути наближеною до щільності основного тексту.

Роздруковані програмні документи мають відповідати формату А4, включатися до загальної нумерації сторінок звіту і розміщуватися, як правило,

у додатках.

Більш детально вимоги до оформлення наведені у додатку К.

Щоденник є основним документом здобувача вищої освіти на час проходження переддипломної практики. У щоденник коротко записується все, що зроблено здобувачем вищої освіти відповідно до плану переддипломної практики.

Після завершення переддипломної практики заповнений щоденник подається для підпису керівникам практики від навчального закладу і бази практики.

Оформлений щоденник з печаткою підприємства, відгуками та підписами керівників, здобувач вищої освіти повинен надати комісії, що приймає захист звітів з переддипломної практики.

Без заповненого щоденника переддипломна практика не зараховується.

Після закінчення терміну практики здобувачі вищої освіти звітують про виконання програми переддипломної практики у вигляді:

- щоденника переддипломної практики з оформленими розділами. Щоденник підписується керівником переддипломної практики від підприємства та завіряється печаткою підприємства;
- письмового звіту. Звіт має містити відомості про виконання здобувачем вищої освіти усіх розділів програми переддипломної практики та індивідуального завдання, висновки і пропозиції, список використаної літератури тощо.

Керівник переддипломної практики від ДДМА ознайомлюється зі звітом і дає загальну оцінку виконаної роботи. Після цього здобувач вищої освіти захищає звіт перед комісією, яка призначається завідувачем кафедри менеджменту.

До складу комісії входять керівник практики від навчального закладу, викладачі та (по можливості) керівник від бази практики.

Комісія приймає диференційований залік у здобувачів вищої освіти на базах практики в останній день її проходження або за рішенням завідувача кафедри у інший день до початку дипломування.

Члени комісії можуть максимально оцінити роботу здобувача вищої освіти у 70 балів. За результатами захисту здобувач вищої освіти може отримати ще 30 балів і сумарна оцінка звіту складе 100 балів.

У процесі захисту виявляється:

- якісний рівень проходження практики;
- ініціативність здобувачів вищої освіти, проявлена в період проходження переддипломної практики, висловлені пропозиції щодо покращення роботи установи.

При оцінюванні захисту звіту з переддипломної практики враховуються критерії наведені у таблицях 2, 3.

Таблиця 2 - Критерії оцінки результатів проходження переддипломної практики здобувачем вищої освіти

№ п/п	Елементи модуля	Кількість балів	Форма контролю
1	Виконання календарного графіку проходження практики	10	Поточний контроль
2	Виконання звіту	30	Перевірка звіту
3	Виконання індивідуального завдання	30	Перевірка індивідуального завдання
4	Захист практики	30	Диференційований залік в усній формі

Таблиця 3 - Критерії встановлення мінімальної і максимальної кількості балів для окремих елементів модуля

№ п/п	Елемент модуля	Кількість балів
1	Виконання календарного графіку проходження практики	
1.1	Календарний графік виконується вчасно	10
1.2	Календарний графік виконується із незначним запізненням	7-9
1.3	Календарний графік виконується із значним запізненням	2-6
1.4	Календарний графік виконується невчасно	0-1
2	Виконання звіту	
2.1	Звіт виконано в повному обсязі (згідно робочої програми практики), глибоке розкриття проблеми, відображена власна позиція	26-30
2.2	Звіт виконано в повному обсязі, обґрунтоване розкриття теми	21-25
2.3	Звіт суто компілятивного рівня, допущено грубі неточності, проблема розкрита неповно	6-20
2.4	Звіт не зараховано	0-5
3	Виконання індивідуального завдання	
3.1	Індивідуальне завдання виконане в повному обсязі, глибоке розкриття проблеми, є посилання на відповідні джерела, апробовано результати самостійних досліджень	26-30
3.2	Індивідуальне завдання виконане в повному обсязі, обґрунтоване розкриття проблеми, допущені неточності	21-25
3.3	Індивідуальне завдання виконане не в повному обсязі, здобувач вищої освіти погано орієнтується в матеріалі	6-20
3.4	Індивідуальне завдання не виконане, здобувач вищої освіти не орієнтується у матеріалі	0-5
4	Захист практики	
4.1	Повна відповідь, надано всі необхідні пояснення	26-30
4.2	Неповна відповідь або допущено неточності	21-25
4.3	Неповна відповідь або допущено окремі помилки	16-20
4.4	Неповна відповідь або допущено суттєві помилки	6-15
4.5	Незадовільна відповідь	0-5

Якщо програма переддипломної практики не виконана здобувачем вищої освіти з поважної причини, то навчальним закладом надається можливість здобувачеві вищої освіти пройти переддипломну практику повторно через рік. Можливість повторного проходження переддипломної практики через рік, але за власний рахунок, надається і здобувачеві вищої освіти який на підсумковому заліку отримав негативну оцінку.

Результат диференційованого заліку за переддипломну практику вноситься в заліково-екзаменаційну відомість і в залікову книжку здобувача вищої освіти за підписом керівника переддипломної практики.

Критерії оцінювання результатів практики: підсумки результатів переддипломної практики здобувача вищої освіти визначаються за допомогою системи оцінювання, що використовуються у ДДМА з обов'язковим переведенням оцінок до національної шкали та шкали ECTS у такому порядку:

За шкалою ECTS:	За національною шкалою:	За шкалою ДДМА
A	5 (відмінно)	91 – 100
B	4 (дуже добре)	85-90
C	4 (добре)	75 – 84
D	3 (задовільно)	70-74
E	3 (достатньо)	60 – 69
FX	2 (незадовільно) з можливістю повторного складання	40 – 59
F	2 (незадовільно) з обов'язковим повторним курсом	0 – 39

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

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
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. Безугла Л.С., Демчук Н.І. Маркетинг закупівель: Навчальний посібник. Дніпро : Видавець Біла К.О., 2019. С. 56-58.
7. Белявцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2015. 328 с.
8. 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.
9. Буднікевич І. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. К.: ЦУЛ, 2019. 536 с.
10. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу: навч. посібн. К.: ДУТ, 2019. 265 с.
11. 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.
12. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. 6-е вид., допов. К. : Лібра, 2008. 720с.
13. Голубков Є.П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс: підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. 390 с.
14. Ілляшенко С.М. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник. Суми: Університетська книга, 2014. 1134 с.
15. Ільченко А.М. Вища освіта і Болонський процес: Навчально-методичний посібник. Полтава: РВВ ПДАА, 2014. 316 с.
16. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 5-е вид. К. : Діалектика, 2020. – 880 с.
17. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер, Г. Катарджая, І. Сетьяван; пер. з англ. К. Куницької та О.Замасєвої. – 2-е вид. – К. : Вид. група КМ-БУКС, 2021. – 224 с., іл.
18. Крикавський Є. В., Третьякова Л. І., Косар Н. С. Стратегічний маркетинг: навч. посібн. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012.

256 с.

19. Кузьмін Е. Е. Маркетинг: підручник і практикум для СПО. 2017. 124 с.
20. Ліпсіца І.В., Ойнер О.К. Маркетинг-менеджмент: підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. 379 с.
21. Майовець Є., Кузик О. Маркетингові комунікації. Навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 192 с.
22. Маркетинг в галузях і сферах діяльності: підручник і практикум для акад. бакалаврату / під заг. ред. С. В. Коропової, С. В. Мхітаряна., 2017. 116 с.
23. Маркетингові дослідження [Текст] : навч. посіб. / Л. С. Безугла [та ін.] ; Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. Дніпро : Біла К. О. [вид.], 2019. 299 с.
24. . 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.
25. Окландер М.А. Маркетингова товарна політика, [текст] : навч. посіб. / М. Л. Окландер, М. В. Кіріосова. К.: «Центр учбової літератури», 2020. 248с.
26. Планування маркетингу : навчальний посібник / О. А. Овечкіна, Д. В. Солоха, К. В. Іванова [та ін.]. Електронні дані. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 352 с.
27. . Сіняява І. М., Романенкова О. Н. Маркетинг: підручник для академічного бакалаврату / 3-е изд., перераб. і доп. 2017. 92 с.
28. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.
29. Череп А. Маркетинг: навч. посібн. К.: Кондор, 2021. 728 с.
30. Шлапак Н. С. Методи дослідження якості товару в маркетингових дослідженнях Маркетинг і контролінг: сучасні виклики підприємств. URL: <http://elar.nung.edu.ua/bitstream/123456789/6126/1/6703p.pdf>

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Навчально-інформаційний портал ДДМА URL: 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.nbuv.gov.ua/>
6. Сайт кафедри менеджменту URL: 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.
9. Офіційний сайт Державного комітету статистики України URL:
www.ukrstat.gov.ua
10. Офіційний сайт Української асоціації прямого продажу URL :
www.udsa.org.ua
11. Рекламаштер URL: www.reklamaster.com
12. Українська асоціація маркетингу, журнал «Маркетинг в Україні», «Маркетинг-газета». URL: <http://www.uam.in.ua/ukr/about/>
13. Статут підприємства.
14. Установчий договір.
15. Посадові інструкції.
16. Звітність підприємства.

Зразкові напрямки тематики досліджень випускних кваліфікаційних робіт

1. Дослідження та шляхи удосконалення маркетингової діяльності авіакомпанії (підприємства на ринку авіаційних послуг).
2. Напрями інноваційного забезпечення системи маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
3. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
4. Використання внутрішньо-організаційного маркетингу в діяльності підприємств (на прикладі конкретного підприємства)
5. Аналіз комунікаційної політики підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
6. Дослідження комплексу маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
7. Аналіз та розроблення рекомендацій з удосконалення комплексу маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
8. Маркетингові дослідження діяльності підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
9. Аналіз маркетингової діяльності екологоорієнтованого підприємства.
10. Організація маркетингової діяльності підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності (на прикладі конкретного підприємства).
11. Дослідження маркетингових стратегій виходу підприємства на зарубіжні ринки (на прикладі конкретного підприємства).
12. Оцінювання маркетингової стратегії розвитку соціального підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
13. Аналіз міжнародної рекламної діяльності підприємства із просування товарів і послуг на зарубіжних ринках (на прикладі конкретного підприємства).
14. Оцінювання ефективності стратегії міжнародного маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
15. Аналіз застосування інструментів маркетингу послуг на підприємстві (на прикладі конкретного підприємства).
16. Дослідження та прогнозування кон'юнктури товарного ринку (на прикладі конкретного ринку).
17. Дослідження рекламної діяльності підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
18. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства шляхом визначення і посилення конкурентних переваг (на прикладі конкретного підприємства).
19. Використання елементів комплексу маркетингу в конкурентній політиці підприємства (на прикладі конкретного підприємства).
20. Запровадження територіального маркетингу в концепцію розвитку

регіону (на прикладі конкретного регіону).

21. Маркетингові дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства та пошук резервів щодо її вдосконалення (на прикладі конкретного підприємства).

22. Маркетингові дослідження в системі формування та розроблення (вдосконалення) маркетингової політики комунікацій (маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингової політики розподілу, маркетингової політики збуту, маркетингової асортиментної політики).

23. Дослідження споживчої поведінки при створенні і просуванні бренду на ринок.

24. Оцінювання доцільності модифікації комплексу маркетингу підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

25. Аналіз ринку та визначення маркетингових можливостей підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

26. Дослідження впливу маркетингового середовища на формування стратегії підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

27. Дослідження ефективності організації збутової діяльності підприємства на ринку (на прикладі конкретного ринку).

28. Аналіз системи маркетингу робочої сили підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

29. Оцінювання ефективності функціонування служби маркетингу на підприємстві (на прикладі конкретного підприємства).

30. Організація проведення маркетинг-аудиту на підприємстві (на прикладі конкретного підприємства).

31. Дослідження господарської та комерційної діяльності підприємства на ринку (на прикладі конкретного підприємства та ринку).

32. Дослідження та перспективи розвитку маркетингу територій на прикладі регіону (області, міста, територіальної одиниці).

33. Дослідження та шляхи удосконалення мерчандайзингу торговельного підприємства (на прикладі конкретного підприємства).

34. Дослідження та шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства на засадах холістичного маркетингу (на прикладі конкретного підприємства).

35. Дослідження та шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства на засадах соціально-відповідального маркетингу (на прикладі конкретного підприємства).

Рекомендована форма індивідуального завдання на переддипломну практику

ЗАВДАННЯ НА ПЕРЕДДИПЛОМНУ ПРАКТИКУ
здобувачу вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем
ОПП «Маркетинг»

(Прізвище, ім'я, по батькові)

База практики _____

Термін практики _____.

Тема кваліфікаційної роботи _____

Зміст очікуваних результатів виконання завдань переддипломної практики

Очікувані результати виконання завдань	Із підготовки аналітичного розділу кваліфікаційної роботи	Із підготовки рекомендаційного розділу кваліфікаційної роботи (індивідуальне завдання)
Вивчити		
Проаналізувати		
Окреслити та / або обґрунтувати		
Консультант		

Керівник практики

Керівник кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти

Примітки: 1. Контроль виконання завдання покладається на керівника практики від кафедри.

2. Індивідуальне завдання залишається при звіті, а його виконання викладається окремим розділом

Зразок гарантійного листа з підприємства (організації)

Друкується на фірмовому бланку організації

Ректору Донбаської державної
машинобудівної академії проф.Ковальову В.Д.

Просимо направити для проходження переддипломної практики бакалавра
гр. Мн ____, спеціальності 075 «Маркетинг» *Лугового Степана Івановича* на
період з «__» ____ 20__ р. по «_» ____20__р.

Дотримання норм техніки безпеки, виконання програми практики та
надання інформації для звіту та написання кваліфікаційної роботи гарантуємо.

Керівником практики від підприємства призначено

(посада, П. І. Б)

Директор підприємства _____

(підпис, П.І.Б.)

М. П.

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	Інструктаж з техніки безпеки. Оформлення на підприємство.						
2	Попереднє вивчення стану проблеми (актуальність і ступінь її вирішеності).						
3	Підбор необхідних даних для проведення критичного аналізу проблеми й розробки досліджуваного питання						
4	Вивчення ресурсного потенціалу підприємства, підрозділу						
5	Аналіз процесів прийняття рішень конкретно, по розглянутій проблемі						
6	Аналіз зібраних матеріалів і визначення способів рішення проблеми, або оптимізації існуючого рішення або моделі.						
7	Оформлення звіту й одержання заліку						

Керівники практики:

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

Донбаська державна машинобудівна академія

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

Переддипломна практика

(вид і назва практики)

здобувача _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра «Менеджмент»

Спеціальність 075 – «Маркетинг» _____ курс, Група _____

Освітнього рівня «Бакалавр»

Освітньо-професійна програма

«Маркетинг»

Відгук осіб, які перевіряли проходження практики

Висновок керівника практики від вищого навчального закладу про проходження практики

Дата складання заліку „_____” _____ 20__ року

Оцінка: за національною шкалою _____; кількість балів _____
(словами) (цифрами і словами)

за шкалою ECTS _____ Керівник практики від ВНЗ _____

Примітки:

1. Форму призначено для визначення завдань на практику, проведення поточних записів набутих вмінь при виконанні роботи, оцінки результатів практики. Заповнюється студентом особисто, крім розділів відгуку про роботу студента на практиці.
2. **Формат бланка А5 (148×210 мм), брошура 8 сторінок разом з обкладинкою з карткового паперу.**

Приклад оформлення титульного листа звіту про практику

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)

Краматорськ 20__

Правила оформлення структурних елементів роботи

Структурні елементи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» не нумерують.

Кожна структурна частина роботи (ЗМІСТ, ВСТУП, РОЗДІЛ, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТОК) починається з нової сторінки.

Розділи й підрозділи повинні мати заголовки.

Заголовки структурних частин роботи ЗМІСТ, ВСТУП, РОЗДІЛ, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТКИ друкують великими літерами, не підкреслюючи, симетрично до набору тексту (по центру сторінки, без абзацного відступу). Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою. Перенесення слів у заголовках розділів не допускається.

Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», крапку в кінці не ставлять. З нового рядка друкують назву розділу великими літерами по центру сторінки без абзацного відступу й без крапки в кінці.

Заголовки підрозділів слід починати з абзацного відступу й друкувати маленькими літерами, крім першої великої, не підкреслюючи, без крапки в кінці. Якщо заголовок складається з двох і більше речень, їх розділяють крапкою. Перенесення слів у заголовках підрозділів не допускається. Якщо заголовок не вміщується в одному рядку, то другий й наступний рядки потрібно писати без абзацного відступу.

Відстань між заголовком (за винятком заголовка пункту) і подальшим чи попереднім текстом, а також між заголовком і підзаголовком має дорівнювати двом вільним рядкам.

Не допускається розміщувати назву розділу, підрозділу в нижній частині сторінки, якщо після неї розміщено тільки 1–2 рядки тексту. Потрібно, щоб внизу сторінки залишалася якнайменше три рядки тексту.

Відстань між рядками заголовку приймають такою, як у тексті (1,5).

У змісті номери та назви розділів, підрозділів друкують таким самим шрифтом, як і в тексті роботи, додержуючись полуторного інтервалу. Проміжок між назвою та номером сторінки заповнюється крапками (1 знак табуляції, вирівнювання табуляції по правому полю, заповнення – крапки).

Нумерація

Сторінки в роботі слід нумерувати арабськими цифрами, додержуючись наскрізної нумерації впродовж усього тексту. Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці.

Усі аркуші(усі структурні частини) включають до загальної нумерації сторінок. Але номер сторінки на титульному аркуші, на аркуші із завданням й на аркуші зі змістом не проставляють. Номер сторінки проставляють,

починаючи зі вступу. Ілюстрації й таблиці, розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок, номер проставляють.

Такі структурні частини звіту, як зміст, перелік умовних позначень, вступ, висновки, список використаних джерел не мають порядкового номера. Звертаємо увагу на те, що всі аркуші, на яких розміщені згадані структурні частини дипломної роботи, нумерують звичайним чином. Не нумерують лише їх заголовки, тобто не можна друкувати: «1. ВСТУП» або «Розділ 6. ВИСНОВКИ».

Розділи, підрозділи, рисунки, таблиці, формули слід нумерувати арабськими цифрами без знака №. Розділи повинні мати порядкову нумерацію в межах викладення суті роботи й позначатися арабськими цифрами без крапки в кінці, наприклад: 1, 2, 3 і т. д.

Підрозділи повинні мати порядкову нумерацію в межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу й порядкового номера підрозділу, відокремлених крапкою, із крапкою після другої цифри, наприклад: 1.2.(другий підрозділ першого розділу). Потім у тому ж рядку наводять заголовок підрозділу.

Ілюстрації, таблиці й формули нумерують послідовно в межах розділу, наприклад: (2.3) – третя формула другого розділу, Рисунок 2.4. – четвертий рисунок другого розділу, Таблиця 1.3 – третя таблиця першого розділу, Рисунок А.2. – другий рисунок додатка А.

Примітки до тексту і таблиць, у яких наводять довідкові й пояснювальні дані, нумерують послідовно в межах однієї сторінки. Якщо приміток на одному аркуші кілька, то після слова «Примітки» ставлять двокрапку, наприклад:

Примітки:

1. ...

2. ...

Якщо є одна примітка, то її не нумерують і після слова «Примітка» ставлять крапку, а сам текст примітки починають з великої літери.

Ілюстрації

Ілюстрації (кресленики, рисунки, графіки, схеми, діаграми, фотознімки) слід розміщувати безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації мають бути покликання в тексті.

Якщо ілюстрації створені не автором роботи, необхідно при поданні їх дотримуватися вимог чинного законодавства про авторські права (необхідно покликатись на джерело, з якого вони взяті). Кресленики, рисунки, графіки, схеми, діаграми, розміщені в роботі, мають відповідати вимогам стандартів ЄСКД та ЄСПД.

Ілюстрації повинні мати назву, яку розміщують після їхніх номерів. Якщо підпис складається з декількох рядків, то оформляється відповідно до зразка: всі рядки – по центру, без відступу (рис. 1.1). Якщо рисунок

розташовується на кількох сторінках, то його назва вказується на першій сторінці, пояснювальні дані – на кожній. Підпис до рисунку на кожній наступній сторінці: Рисунок *. *, Лист ** (без крапки в кінці).

Наприклад, Структура підрозділів по ремонту і обслуговуванню механообробного обладнання наведена на рис. 1.2.

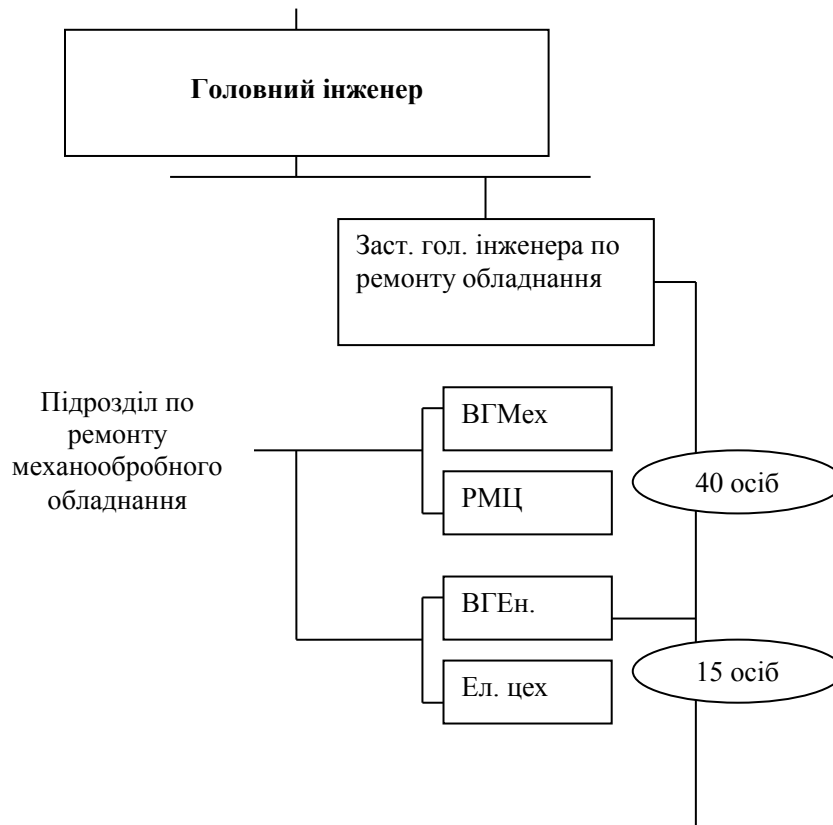


Рисунок 1.2 – Структура підрозділів по ремонту і обслуговуванню механообробного обладнання

За необхідності ілюстрації доповнюють пояснювальними даними (підрисунковими підписами).

Підпис під ілюстрацією зазвичай має чотири основні елементи:

- найменування графічного сюжету, що позначається словом «Рисунок ...»;
- порядковий номер ілюстрації, який вказується без знака номера арабськими цифрами і складається з номера розділу і порядкового номера рисунка, відокремлених крапкою;
- тематичний заголовок ілюстрації, що містить текст із якомога стислою характеристикою зображеного;
- експлікацію, яка будується так: деталі сюжету позначають цифрами, які виносять у підпис, супроводжуючи їх текстом. Треба зазначити,

що експлікація не замінює загального найменування сюжету, а лише пояснює його.

У разі, якщо на ілюстрації присутні буквені або цифрові позначення (нумерація графіків, кривих, інших елементів зображення, аббревіатури, скорочення тощо), їх необхідно розшифрувати або в підрисунковому написі, або в тексті роботи.

Сам рисунок необхідно розміщувати на сторінці з вирівнюванням по центру без абзацного відступу. Усі елементи ілюстрації мають бути згруповані.

Не допускається:

- перенесення підрисункового тексту або назви рисунка на наступну сторінку;
- розташування тексту справа та зліва від ілюстрації.

Перед ілюстрацією, після неї, а також після підрисункового підпису перед подальшим текстом необхідно залишати по одному вільному рядку.

Ілюстрацію, яка не вміщується по ширині сторінки, розташовують разом із назвою на окремій сторінці вздовж більшого боку аркуша (горизонтально), так, щоб для її перегляду та зручного прочитання назви аркуш із ілюстрацією потрібно було повертати за годинниковою стрілкою. У цьому випадку підрисунковий текст та назву необхідно розташувати вздовж більшого боку аркуша під ілюстрацією.

Не варто оформлювати покликання на ілюстрації як самостійні фрази, у яких лише повторюється те, що міститься в підписі. У тому місці, де викладається тема, пов'язана з ілюстрацією, і де читачеві треба вказати на неї, розміщують покликання у вигляді виразу в круглих дужках «(рис. 3.1)» або зворот типу: «..., як це видно з рис. 3.1» або «..., як це показано на рис. 3.1».

Якість ілюстрацій повинна забезпечувати їх чітке відтворення (електрографічне копіювання, мікрофільмування).

Таблиці

Цифровий матеріал, як правило, оформлюють у вигляді таблиць.

Таблицю слід розташовувати безпосередньо після тексту, у якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці. На всі таблиці мають бути покликання в тексті.

Таблиці слід нумерувати арабськими цифрами порядковою нумерацією в межах розділу, або в межах додатка. Номер таблиці складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, відокремлених крапкою, наприклад: Таблиця 1.1 – перша таблиця першого розділу. Якщо в роботі одна таблиця, її нумерують.

Таблиця 1.1 – Цей текст є назвою таблиці. Приклад розташування в тексті та оформлення таблиці, яка має довгу назву, що займає кілька рядків

Продовж. табл. 1.1 (У разі, якщо таблиця продовжується на наступній сторінці)

Таблиця повинна мати назву, яку друкують малими літерами (крім першої великої) і вміщують над таблицею зліва, з абзацним відступом, без крапки в кінці. Назва має бути стислою й відбивати зміст таблиці. До назви та після таблиці необхідно залишити по одному вільному рядку.

Слово «Таблиця ____» із зазначенням номера вказується один раз зліва над першою частиною таблиці, над іншими частинами пишуть «Продовж. табл. ____» із зазначенням тільки номера таблиці.

При поділі таблиці на частини необхідно її головку або боковик замінити відповідно номерами граф чи рядків, нумеруючи їх арабськими цифрами в першій частині таблиці.

Заголовки граф таблиці починають з великої літери, а підзаголовки – з малої, якщо вони складають одне речення із заголовком. Підзаголовки, що мають самостійне значення, пишуть із великої літери. У кінці заголовків і підзаголовків таблиць крапки не ставлять. Заголовки й підзаголовки граф вказують у однині.

Якщо в одній і тій самій графі наводяться цілі числа і числа з десятковими частками, слід цілі числа без десяткових знаків після коми доповнювати відповідним числом нулів. Ставити лапки замість цифр, марок, символів, що повторюються, не допускається. Якщо дані в якомусь рядку не наводяться, то у графі ставлять прочерк.

Таблиця відокремлюється від попереднього тексту порожнім рядком. Після таблиці – один порожній рядок. Розташування таблиці - без обтікання (Таблиця → Властивості таблиці → Обтікання → Поза). Межі таблиць не повинні виходити за поля тексту.

Інші вимоги до виконання таблиць – відповідно до чинних стандартів на технічну документацію.

Якщо дані в осередках громоздкі, то допускається зменшення розміру шрифту: тексту - до 11 п., Цифр - до 7 п. З метою збільшення корисної площі осередків і оптимізації розміщення даних в них рекомендується зменшити внутрішні поля елементів таблиці (за замовчуванням - 0,19 см): виділити всю таблицю → контекстне меню → властивості таблиці → кнопка «Параметри» на закладці «Таблиця» → поля осередків за замовчуванням: праве і ліве встановити значення 0,05 або 0,1 см.

Переліки

У тексті за потреби можуть бути наведені переліки. Перед переліком ставлять двокрапку. Перед кожною позицією переліку слід ставити малу літеру української абетки з дужкою, або, не нумеруючи, — дефіс (перший рівень деталізації).

Для подальшої деталізації переліку слід використовувати арабські цифри з дужкою (другий рівень деталізації).

Приклад:

а) форма і розмір клітин;

б) живий склад клітин:

1) частини клітин;

2) неживі включення протопластів;

в) утворення тканини.

Переліки першого рівня деталізації друкують малими літерами з абзацного відступу, другого рівня - з відступом відносно місця розташування переліків першого рівня.

Формули та рівняння

Формули повинні бути набрані тільки в редакторі формул Microsoft Equation, послідовно по всьому тексту. Формули та рівняння, на які є покликання в тексті, розташовують безпосередньо після тексту, у якому вони згадуються, посередині сторінки без абзацного відступу.

Вирівнювання – по центру, без абзацного відступу; номер – по правому краю, в дужках; до і після формули (групи формул) – порожній рядок. Розмір шрифту в формулах повинен відповідати розміру основного шрифту.

Довгі формули розміщують на окремих рядках. Це стосується також і всіх нумерованих формул. Кілька коротких однотипних формул, відокремлених від тексту, можна подати в одному рядку, а не одну під одною. Невеликі й нескладні формули, на які немає посилань, вписують всередині рядків тексту.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів, що входять до формули чи рівняння, слід наводити безпосередньо під формулою в тій послідовності, у якій вони наведені у формулі чи рівнянні.

Пояснення значення кожного символу та числового коефіцієнта слід давати з нового рядка з абзацу. Перший рядок пояснення починають з абзацу словом «де» без двокрапки.

Якщо формули або рівняння не вміщуються в один рядок, їх слід переносити після знака виконуваних операцій, повторюючи знак операції на початку наступного рядка(=, +, -, ×). Коли переносять формули чи рівняння на знакові операції множення, застосовують знак «×».

Нумерувати слід лише ті формули, на які є покликання в наступному тексті. Інші нумерувати не рекомендується.

Формули й рівняння слід нумерувати порядковою нумерацією в межах розділу або додатка.

Номер формули або рівняння складається з номера розділу й порядкового номера формули або рівняння, відокремлених крапкою, наприклад: формула (1.3) – третя формула першого розділу, формула (Б.7) – сьома формула додатка Б. Номер формули або рівняння зазначають на рівні формули або рівняння в круглих дужках у крайньому правому положенні на рядку.

Номер, який не вміщується в рядку з формулою, переносять у наступний нижче від формули. Номер формули при її перенесенні вміщують на рівні останнього рядка. Номер формули-дроби подають на рівні основної горизонтальної риски формули.

Номер групи формул, розміщених на окремих рядках і об'єднаних фігурною дужкою (парантезом), ставиться справа від вістря парантеза, яке знаходиться всередині групи формул і спрямоване в бік номера.

Загальне правило пунктуації в тексті з формулами таке: формула входить до речення як його рівноправний елемент. Тому в кінці формул і в тексті перед ними розділові знаки ставлять відповідно до правил пунктуації.

Двокрапку перед формулою ставлять лише у випадках, передбачених правилами пунктуації:

- а) у тексті перед формулою є узагальнювальне слово;
- б) цього вимагає побудова тексту, що передує формулі.

Розділовим знаком між формулами, які йдуть одна під одною й не відокремлені текстом, є крапка з комою безпосередньо за формулою до її номера.

Розділові знаки між формулами при парантезі ставлять в середині парантеза. Після таких громіздких математичних виразів, як визначники й матриці, можна розділові знаки не ставити.

Приклад:

«Розклад сигналу $f(t)$ має на меті його подання у вигляді функціонального ряду: зваженої скінченої або безкінечної суми деяких складових:

$$f(t) = \sum_n a_n \xi_n(t), \quad (1.10)$$

де a_n – коефіцієнт розкладу, який відповідає вкладу відповідної складової у сигнал;

$\xi_n(t)$ – елемент з деякого переповненого набору або базису функцій, який може бути ортогональним, напівортогональним або неортогональним.»

Цитування та посилання на використані джерела

При написанні звіту здобувач повинен покликатися на джерела, матеріали або окремі результати які використовує. Такі покликання дають змогу відшукати документи й перевірити достовірність відомостей про цитування документа, дають необхідну інформацію щодо нього, допомагають з'ясувати його зміст, мову тексту, обсяг. Покликатися слід на останні видання публікацій. На більш ранні видання можна покликатися лише в тих випадках, коли наявний у них матеріал не включений до останнього видання.

Якщо використовують відомості, матеріали з монографій, оглядових статей, інших джерел із великою кількістю сторінок, тоді в покликанні необхідно точно вказати номери сторінок, ілюстрацій, таблиць, формул із джерела, на яке є посилання в роботі.

Посилання в тексті на джерела слід зазначати порядковим номером за списком використаних джерел, виділеним двома квадратними дужками, наприклад, «... у роботах [3-7] показано, що ...», [3; 7], [3, с. 14; 7, с. 54]. Покликання на джерела в мережі Інтернет включаються до загального списку використаних джерел. На джерела необхідно покликатися в порядку їх згадування в тексті роботи.

При посиланнях на розділи, підрозділи, пункти, підпункти, ілюстрації, таблиці, формули, рівняння, додатки зазначають їх номери. При посиланнях слід писати: «... у розд. 4 ...», «... див. підрозд. 2.1 ...», «... за п. 3.3.4 ...», «... відповідно до п. 2.3.4.1 ...», «... на рис. 1.3 ...», «... у табл. 3.2 ...», «... за формулою (3.1) ...», «... у рівняннях (1.23)—(1.25) ...», «... у додатку Б ...». У повторних посиланнях на таблиці та ілюстрації треба вказувати скорочено слово «дивись», наприклад: «див. табл. 1.3».

Для підтвердження власних аргументів покликанням на авторитетне джерело або для критичного аналізу того чи іншого друкованого твору слід наводити цитати. Науковий етикет потребує точно відтворювати цитований текст, бо найменше скорочення наведеного витягу може спотворити зміст, закладений автором.

Загальні вимоги до цитування такі:

а) текст цитати починається й закінчується лапками («...») і наводиться в тій граматичній формі, у якій він поданий у джерелі, із збереженням особливостей авторського написання. Наукові терміни, запропоновані іншими авторами, не виділяються лапками, за винятком тих, що викликали загальну полеміку. У цих випадках використовується вираз «так званий»;

б) цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту та без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні допускається без перекручення авторського тексту й позначається трьома крапками. Вони ставляться в будь-якому місці цитати (на початку, всередині, наприкінці). Якщо перед випущеним текстом або за ним стоїть розділовий знак, то він не зберігається;

в) кожна цитата обов'язково супроводжується покликанням на джерело;

г) при непрямому цитуванні (переказі, викладі думок інших авторів своїми словами), що дає значну економію тексту, слід бути гранично точним у викладенні думок автора, коректним щодо оцінювання його результатів і давати відповідні покликання на джерело;

д) якщо необхідно виявити ставлення автора до окремих слів або думок з цитованого тексту, то після них у круглих дужках ставлять знак оклику або знак питання;

е) якщо при наведенні цитати виділяють у ній деякі слова, то робиться спеціальне застереження, тобто після тексту, який пояснює виділення, ставиться крапка, потім тире і вказуються ініціали автора дисертації, а весь текст-застереження вміщується у круглі дужки. Варіантами таких застережень є: (курсив наш. – М. Х), (підкреслено нами. –М. Х.), (розбивка наша. –М. Х.).

**Приклади оформлення списку літератури згідно ДСТУ 8302:2015
«Інформація та документація. Бібліографічне посилання.
Загальні положення та правила складання» з урахуванням правок
(код УКНД 01.140.40)**

Характеристика джерела	Приклад оформлення
Книги	
Один автор	Скидан О. В. Аграрна політика в період ринкової трансформації: монографія. Житомир: ЖНАЕУ, 2008. 375 с.
Два автора	Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом : навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ, 2005. 308 с.
Три автора	Скидан О. В., Ковальчук О. Д., Янчевський В. Л. Підприємництво у сільській місцевості: довідник. Житомир, 2013. 321 с.
Чотири автори	Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / Вітвіцький В.В., Кисляченко М.Ф., Лобастов І. В., Нечипорук А. А. Київ: Укراгропромпродуктивність, 2006. 106 с. Основи марикультури / Грициняк І. І. та ін. Київ : ДІА, 2013. 172 с.
П'ять і більше авторів	Екологія: навч. посіб. / Б. В. Борисюк та ін. Житомир, 2003. 174 с. Методи підвищення природної рибопродуктивності ставів / Андрющенко А. І. та ін.; за ред. М. В. Гринжевського. Київ, 1998. 124 с.
Колективний автор	Органічне виробництво і продовольча безпека: зб. матеріалів доп. учасн. III Міжнар. наук.-практ. конф. / Житомир. нац. агроєкол. ун-т. Житомир: Полісся, 2015. 648 с.
Багатомне видання	Генетика і селекція в Україні на межі тисячоліть: у 4 т. / гол. ред. В. В. Моргун. Київ: Логос, 2001. Т. 2. 636 с. Фауна України. В 40 т. Т. 36. Інфузорії. Вып. 1. Сукторії (Ciliophora, Suctorea) / И. В. Довгаль. Киев: Наукова думка, 2013. 271 с.
За редакцією	Доклінічні дослідження ветеринарних лікарських засобів / за ред. І. Я. Коцюмбаса. Львів: Тріада плюс, 2006. 360 с.
Автор і перекладач	Котлер Ф. Основы маркетинга: учеб. пособие / пер. с англ. В. Б. Боброва. Москва, 1996. 698 с. Брігхем С. В. Основы фінансового менеджменту / пер. з англ. В. Біленького та ін. Київ: Молодь, 1997. 998 с
Частина видання	

Розділ книги	Саблук П. Т. Напрямки розвитку економіки в аграрній сфері виробництва. Основи аграрного підприємництва / за ред. М. Й. Маліка. Київ, 2000. С. 5–15.
Тези доповідей, матеріали конференцій	Зінчук Т. О. Економічні наслідки впливу продовольчих органічних відходів на природні ресурси світу. Органічне виробництво і продовольча безпека: зб. матеріалів доп. учасн. II Міжнар. наук.-практ. конф. Житомир : Полісся, 2014. С. 103–108. Скидан О. В., Судак Г. В. Розвиток сільськогосподарського підприємництва на кооперативних засадах. Кооперативні читання: 2013 рік: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 4–6 квіт. 2013 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2013. С. 87–91.
Статті з продовжуючих та періодичних видань	Якобчук В. П. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку підприємництва в аграрній сфері. Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Сер. Економіка. 2013. Вип. 148. С. 31–34. Масловська Л. Ц., Савчук В. А. Оцінка результативності і ефективності виробництва органічної агропродовольчої продукції. Агросвіт. 2016. № 6. С. 23–28. Dankevych Ye. M., Dankevych V. Ye., Chaikin O. V. Ukraine agricultural land market formation preconditions. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis. 2017. Vol. 65, №. 1. P. 259–271.
Електронні ресурси	
Книги	Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Товарна інноваційна політика: підручник. Суми: Університетська книга, 2007. 281 с. URL: ftp://lib.sumdu.edu.ua/Books/1539.pdf (дата звернення: 10.11.2017).
Законодавчі документи	Про стандартизацію: Закон України від 11 лют. 2014 р. № 1315. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1315-18 (дата звернення: 02.11.2017). Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року: проект / М-во аграр. політики та продовольства України. URL: http://minagro.gov.ua/apk?nid=16822 (дата звернення: 13.10.2017).
Періодичні видання	Клітна М. Р., Брижань І. А. Стан і розвиток органічного виробництва та ринку органічної продукції в Україні. Ефективна економіка. 2013. № 10. URL: http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvnaekonomika&s=ua&z=2525 (дата звернення: 12.10.2017). Neave H. Deming's 14 Points for Management: Framework for Success. Journal of the Royal Statistical Society. Series D (The Statistician). 2012. Vol. 36, № 5. P. 561–570. URL: http://www2.fiu.edu/~revellk/pad3003/Neave.pdf (Last accessed: 02.11.2017). Colletta L. Political Satire and Postmodern Irony in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart. Journal of Popular Culture. 2009. Vol. 42, № 5. P. 856–874. DOI: 10.1111/j.1540-5931.2009.00711.x.
Сторінки з веб-сайтів	Що таке органічні продукти і чим вони кращі за звичайні? Екологія життя: веб-сайт. URL: http://www.eco-live.com.ua (дата звернення: 12.10.2017).
Інші документи	
Законодавчі і нормативні документи (інструкції, накази)	Конституція України: станом на 1 верес. 2016 р. / Верховна Рада України. Харків : Право, 2016. 82 с. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень: Закон України від 5 жовт. 2017 р. № 2164. Урядовий кур'єр. 2017. 9 листоп. Інструкція про порядок нарахування і сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: затв. наказом М-ва фінансів України від 20 квіт. 2015 р. № 449. Все про бухгалтерський облік. 2015. № 51. С. 21–42.

Стандарти	ДСТУ ISO 9001: 2001. Системи управління якістю. [Чинний від 2001-06-27]. Київ, 2001. 24 с. (Інформація та документація). СОУ–05.01-37-385:2006. Вода рибогосподарських підприємств. Загальні вимоги та норми. Київ: Міністерство аграрної політики України, 2006. 15 с. (Стандарт Мінагрополітики України)
Патенти	Комбайн рослинозбиральний універсальний : пат. 77937 Україна : МПК А01D 41/02, А01D 41/04, А01D 45/02. № а 2011 09738 ; заявл. 05.08.2011 ; опубл. 11.03.2013, Бюл. № 5. Авторські свідоцтва А. с. 1417832 ССРСР, МКИ А 01 F 15/00. Стенка рулонного пресс-подборщика / В. Б. Ковалев, В. Б. Мелегов. № 4185516 ; заявл. 22.01.87 ; опубл. 23.08.88, Бюл. № 31.
Дисертації, автореферати дисертацій	Лапина Л. Д. Оцінка конкурентоспроможності промислових підприємств : дис. ... д-ра с.-г. наук: 03.00.16 / Житомир. нац. екон. ун-т. Житомир, 2018. 392 с. Лапина Л. Д. Оцінка конкурентоспроможності промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра економ. наук. : 03.00.16. Житомир, 2018. 40 с.
Препринти	Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль: Ін-т пробл. безпеки АЕС НАН України, 2006. 7 с. (Препринт. НАН України, Ін-т пробл. безпеки АЕС ; 06-1).