

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний авіаційний університет  
Факультет економіки та бізнес-адміністрування  
Кафедра маркетингу



УЗГОДЖЕНО  
Декан ФЕБА

*[Signature]*  
Сергій СМЕРІЧЕВСЬКИЙ  
« 08 » 12 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ  
проректор з навчальної  
роботи

*[Signature]*  
Анатолій ПОЛУХІН  
" 08" 12 2021 р.



Система менеджменту якості

ПРОГРАМА  
практики «Фаховий тренінг з маркетингу»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»  
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Спеціальність 075 «Маркетинг»

Форма навчання	Курс	Семестр	Усього (годин/кредитів ECTS)	Самостійна робота (годин)	Форма семестрового контролю
Денна	1	2	90/3.0	90	Диф.залік
Заочна	2	4	90/3.0	90	Диф.залік

Індекс РБ-6-075-1/21 - 2.2.1.1

НБ-6-075-1/21 - 2.2.1.1

РБ-6-075-1з/21 - 2.2.1.1

НБ-6-075-1з/21 - 2.2.1.1

СМЯ НАУ ПП 11.01.03- 01-2021

Київ



Система менеджменту якості.  
Програма практики  
«Фаховий тренінг з маркетингу»

Шифр  
документа

СМЯ НАУ  
ПП 11.01.03-01-2021

Стор. 2 із 13

Програма практики розроблена на основі робочого навчального плану №РБ-6-075-1/2 затвердженого 16.06.2021 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Маркетинг» та відповідних нормативних документів.

Програму розробив:

Доценти кафедри маркетингу \_\_\_\_\_

Олена КАЗАНСЬКА

\_\_\_\_\_

Світлана ПЕТРОПАВЛОВСЬКА

Гарант ОПП \_\_\_\_\_

Віктор СІБРУК

Програма практики обговорена та схвалена на засіданні випускової кафедри маркетингу, протокол № 13 від 30.08.2021р.

Завідувач кафедри маркетингу \_\_\_\_\_

Тетяна КНЯЗЄВА

Програма практики обговорена та схвалена на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 4 від 15.11 2021 року.

Голова НМРР \_\_\_\_\_

Анатолій ТОФАНЧУК

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

**Врахований примірник - 1**

	Система менеджменту якості. Програма практики «Фаховий тренінг з маркетингу»	Шифр документа	СМЯНАУ ПП 11.01.03-01-2021
		Стор. 3 із 13	

## ЗМІСТ

стор.

1.	Загальні положення.....	4
2.	Керівні документи.....	4
3.	Структура робочої програми практики та зміст її розділів.....	4
	3.1. Відомості про спеціальність та про освітньо-професійну програму.....	4
	3.2. Відомості про бази практик.....	4
	3.3. Цілі практики.....	4
	3.4. Мета практики.....	5
	3.5. Загальні компетентності.....	5
	3.6. Фахові компетенції.....	5
	3.7. Організація проведення практики.....	5
	3.8. Тематичний план проходження практик.....	5
	3.9. Підсумки проходження практики.....	6
	3.10. Інформаційні джерела.....	7
	3.11. Форма оцінювання проходження практики згідно Положення про РСО.....	8
4.	Додаток 1.....	10

	Система менеджменту якості. Програма практики «Фаховий тренінг з маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ ПП 11.01.03-01-2021
		Стор. 4 із 13	

## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програма практики здобувачів вищої освіти – це основний навчально-методичний документ, що відповідає освітньо-кваліфікаційній характеристиці спеціальності, формам навчання та регламентує:

- мету, зміст і послідовність проведення практики здобувачів вищої освіти в Національному авіаційному університеті на визначених базах практики;
- містить рекомендації щодо видів, форм і методів контролю якості підготовки (рівень знань, уміння і навички), які здобувачі вищої освіти повинні отримувати під час проходження практики;
- підведення підсумків практики здобувачів вищої освіти.

Метою розробки програми практики здобувачів вищої освіти є запланована і структурована програма практичної підготовки здобувачів вищої освіти у відповідних установах, організаціях та на підприємствах різних форм власності.

## 2. КЕРІВНІ ДОКУМЕНТИ

Основними документами для розробки програми практики є:

1. Положення про організацію освітнього процесу в Національному авіаційному університеті СМЯ НАУ 03.02(02)-01-2019.
2. Положення про організацію проходження практик здобувачів вищої освіти Національного авіаційного університету СМЯ НАУ П 03.01(15)-01-2021.
3. Робочий навчальний та навчальний плани підготовки здобувачів вищої освіти, затверджені проректором з навчальної роботи.

## 3. СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ ПРАКТИКИ ТА ЗМІСТ ЇЇ РОЗДІЛІВ

### 3.1. Відомості про спеціальність та про освітньо-професійну програму

Здобувачі вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 075 «Маркетинг», освітньо-професійна програма (далі ОПП) «Маркетинг», по кафедрі маркетингу вивчають широкий спектр дисциплін, спрямованих на підготовку фахівців з організації маркетингової діяльності, як однієї з функцій управління та методу підвищення ефективності виробництва та надання послуг. Фахівець за цією спеціальністю орієнтований на те, аби свідомо впливати на ринок з метою реалізації цілей підприємства.

### 3.2. Відомості про бази практики

Базою проходження практики можуть бути комп'ютерний клас, навчальні аудиторії кафедри маркетингу університету ті інші підрозділи підприємств, організацій та установ різних галузей, що за видом та рівнем діяльності здатні створити умови і надати можливість здобувачам вищої освіти виконати програму практики. Здобувач вищої освіти має право самостійно за погодженням з випусковою кафедрою, підбирати для себе місце проходження практики «Фаховий тренінг з маркетингу» .

### 3.3. Цілі практики

В результаті проходження практики «Фаховий тренінг з маркетингу» здобувачі вищої освіти повинні

#### вміти:

- використовувати теоретичні та набуті під час практики знання для поглиблення обізнаності та у повсякденній роботі маркетолога;
- працювати з сучасними інформаційними системами та базами даних, джерелами первинної і вторинної інформації;
- створювати тематичні підбірки для виконання завдань;
- обробляти та аналізувати маркетингову інформацію.

#### знати:

	Система менеджменту якості. Програма практики «Фаховий тренінг з маркетингу»	Шифр документа	СМЯНАУ ПП 11.01.03-01-2021
		Стор. 5 із 13	

- чинне законодавство з основних економічних питань, що вивчалися у відповідних економічних дисциплінах, а також основні нормативні та інструктивні документи, які використовуються маркетологами у практичній роботі;

### **3.4. Мета практики**

Метою практики «Фаховий тренінг з маркетингу» є набуття здобувачами детального, але водночас практичного уявлення про маркетинг, отримання вичерпного розуміння особливостей та сучасних інструментів маркетингу як для академічної, так і для практичної ділової кар'єри.

### **3.5. Загальні компетенції (далі ЗК)**

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

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.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

### **3.6. Фахові компетенції (далі ФК)**

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

### **3.7. Організація проведення практики**

Керівник практики організовує роботу здобувачі вищої освіти згідно з наведеним переліком та тривалістю робіт:

1. Ознайомлення здобувачів вищої освіти з методичними рекомендаціями щодо проведення практики
2. Інструктаж з техніки безпеки, виробничої санітарії та протипожежної безпеки, охорони праці
3. Уточнення індивідуального завдання, складання індивідуального план-графіку здобувачем вищої освіти та узгодження його з керівником
4. Виконання тематичного плану згідно з планом-графіком
5. Виконання індивідуального завдання
6. Складання, оформлення та захист звіту

Після закінчення практики «Фаховий тренінг з маркетингу» здобувач вищої освіти повинен подати на кафедру:

- звіт про проходження практики, який містить результати виконання робіт за тематичним планом та у відповідності до індивідуального завдання;
- щоденні нотатки про проходження практики;
- план-графік проходження практики.

### **3.8. Тематичний план проходження практик**

Виконання здобувачами вищої освіти індивідуальних завдань активізує їх творче мислення, підвищує ініціативу і здатність самостійно аналізувати та узагальнювати підсумки роботи, робить проходження практики більш конкретним та цілеспрямованим. Тематика індивідуальних завдань представлена в таблиці 1.

	Система менеджменту якості. Програма практики «Фаховий тренінг з маркетингу»	Шифр документа	СМЯНАУ ПП 11.01.03-01-2021
		Стор. 6 із 13	

Таблиця 1

**Приклад індивідуальних завдань**

№ п/п	Зміст завдання
1	Дослідження чинників маркетингового середовища та визначення їх впливу на ринок авіаперевезень
2	Проведення маркетингового дослідження сфери роздрібної торгівлі
3	Аналіз зовнішнього середовища підприємства методом PEST- аналізу
4	Дослідження чинників маркетингового середовища на промисловому ринку
5	Побудова матриці SWOT- аналізу на прикладі підприємства «Х»
6	Аналіз факторів маркетингового середовища міжнародної компанії

Підготовка фахівців забезпечить програмний результат навчання (далі ПРН): вивчення управлінського, маркетингового, економічного, аналітично-прикладного та економіко-математичного апарату проведення маркетингових досліджень, здатність успішно конкурувати в сучасних умовах господарювання, формування маркетингового мислення та комунікаційних здібностей для провадження ефективної маркетингової діяльності бізнес-суб'єктів на всіх типах ринків.

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

Під час практики можуть проводитися лекції, семінари, практичні заняття, які сприяють поглибленню теоретичних знань. Для проведення таких занять необхідно залучати найбільш кваліфікованих викладачів кафедри.

### 3.9. Підсумки проходження практики

У кінці терміну практики здобувачі вищої освіти оформлюють письмовий звіт про виконання програми та індивідуальних завдань. Звіт являє собою систематизований і послідовний опис питань, передбачених програмою практики. Звіт складається із титульного аркуша, змістовної частини і висновків. Змістова частина звіту складається з наступних розділів:

1. Зміст та результати виконаних робіт
  - 2.1. Роботи за планом-графіком практики
  - 2.2. Результат виконання індивідуальних завдань
3. Зміст навчальних занять
4. Висновки

Змістова частина повинна містити відомості про результати виконання усіх розділів програми практики та індивідуальних завдань.

Звіт має бути оформлений на окремих аркушах формату А4 (210x297) з наскрізною нумерацією, для комп'ютерного набору - шрифтом Times New Roman, кегль 14 через півтора

	Система менеджменту якості. Програма практики «Фаховий тренінг з маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ ПП 11.01.03-01-2021
		Стор. 7 із 13	

міжрядкових інтервали. Поля аркушу: ліве - 25 мм, праве - 15 мм, верхнє та нижнє - 20 мм. Обсяг звіту: до 40 аркушів комп'ютерного тексту. Зразок оформлення звіту наведено в Додатку 1.

Звіт оформляється з дотриманням стандартів, (ЄСКД, ЄСТД тощо). На останній сторінці звіту здобувач вищої освіти ставить особистий підпис і дату написання.

Звіт з практики «Фаховий тренінг з маркетингу», календарний план, щоденник перевіряються і затверджуються керівниками практики від університету і повертається здобувачу вищої освіти для підготовки до захисту. Захист звіту з практики проводиться в останні дні практики. Після захисту звіти здобувачів вищої освіти зберігається на кафедрі маркетингу протягом одного року.

Звіт захищається здобувачем вищої освіти (з диференційованою оцінкою) в комісії, призначеній завідувачем кафедри. До складу комісії входять керівник практики від університету та викладачі кафедри, які викладали дисципліни за навчальним планом.

При оцінці підсумків роботи здобувача вищої освіти комісія бере до уваги зміст звіту та хід його захисту. Оцінювання проходить відповідно до «Положення про рейтингову систему оцінювання підсумків практики «Фаховий тренінг з маркетингу» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», ОПП «Маркетинг».

Організаційне та навчально-методичне керівництво і контроль за проходженням практики здійснюють викладачі кафедри маркетингу. До керівництва практикою залучаються досвідчені викладачі кафедри маркетингу, які брали участь в навчальному процесі, за яким проводиться практика.

Практика «Фаховий тренінг з маркетингу» проводиться за змішаною формою, що поєднує роботу здобувачів вищої освіти на кафедрі маркетингу або базі практики з виходом на робоче місце та дистанційну (офлайн та онлайн). З урахуванням епідемічної ситуації та специфіки процесів виконання тих чи інших видів робіт в умовах карантину за згодою керівника практики дозволяється встановлювати гнучкий адаптивний графік з превалюванням дистанційних форм роботи.

Керівники практики від університету перевіряють хід практики шляхом перевірки плану проходження практики, який складається індивідуально для кожного здобувача.

Загальну організацію практики та контроль за її проведенням здійснює навчальний відділ університету.

Здобувач вищої освіти направляються на практику згідно з наказом ректора університету.

Здобувач вищої освіти, який не виконав програму практики з неповажних причин або який за підсумками її проходження отримав в комісії незадовільну оцінку, відраховується з університету.

Підсумки практики обговорюються на засіданні кафедри після її закінчення, а загальні підсумки усіх практик підводяться на вчених радах інституту не рідше одного разу протягом навчального року.

### **3.10. Інформаційні джерела**

1. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.

2. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навчально-методичний посібник для сам. вивч. дисципліни. К.:КНЕУ, 2018. 272 с.

3. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник / О.С.Братко. Тернопіль: Карт-бланш, 2018. 275 с.

4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Видавництво «Диалектика», 2020. 880 с.

5. Маркетинг. Бакалаврський курс. Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2017. 1134 с.

	Система менеджменту якості. Програма практики «Фаховий тренінг з маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ ПП 11.01.03-01-2021
		Стор. 8 із 13	

6. Маркетинг: підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; Ред.- упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Маркова. 4-те вид. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2014. 648 с.

7. Маркетингова діяльність підприємств: Навчальний посібник за заг.ред. Косенко О.П. Харків: НТУ «ХП», 2018. 1000 с.

8. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / І.Р. Лошенко, А.М. Гуменюк, Ю.Б. Чаплінський. К.: Центр навчальної літератури, 2018. 182 с.

9. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.

10.Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська К.: «Центр учбової літератури», 2014. 208 с.

11.Окландер М.А. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / М.А. Окландер, М.В. Кірносова. К.: «Центр учбової літератури», 2020. 248 с.

12.Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. С.Ф. Смерічевського. К.: НАУ, 2019. 156 с.

13.Смерічевський С.Ф., Шевченко А.В., Малахівська Г.В., Колесник М.В. Маркетингові інструменти управління лояльністю клієнтів авіакомпаній України: монографія. К.: Видавничий дім «Кондор» 2020, 272 с.

### 3.11. Форма оцінювання проходження практики згідно Положення про РСО

Оцінювання окремих видів робіт, виконуваних здобувачем вищої освіти під час проходження переддипломної практики, здійснюється в балах відповідно до таблиці.

№ з.п.	Види виконаної роботи	Максимальна кількість балів
1.	Організаційні заходи (ознайомлення з програмою практики, проходження інструктажу з порядку проведення практики, правил охорони праці та пожежної безпеки, підтримання контакту з керівником під час проходження практики).	15
2.	Пошук і аналіз інформації (документації) за темою кваліфікаційної роботи здобувача першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.	30
3.	Розроблення та обґрунтування конкретних пропозицій за темою індивідуального завдання.	10
4.	Рекомендації з використання, розробки необхідного програмного забезпечення або бізнес-сайту.	10
5.	Апробація основних теоретичних та практичних рекомендацій дослідження (опублікування наукової статті, тез доповіді, виступ на конференції, тощо).	5
6.	Оформлення та подання звіту з практики і супровідної документації у встановлений термін	10
7.	Захист звіту з практики	20
	<b>Усього за програмою практики</b>	<b>100</b>

	Система менеджменту якості. Програма практики «Фаховий тренінг з маркетингу»	Шифр документа	СМЯНАУ ПП 11.01.03-01-2021
		Стор. 9 із 13	

Звіт з практики перевіряється і затверджується керівником практики. Підсумки практики підводяться в процесі складання здобувачем вищої освіти диференційованого заліку.

Оцінка за практику в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості та до індивідуального навчального плану студента за підписом керівника практики від Університету, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./E** тощо.

	Система менеджменту якості. Програма практики «Фаховий тренінг з маркетингу»	Шифр документа	СМЯ НАУ ПП 11.01.03-01-2021
		Стор. 10 із 13	

Додаток 1

*Форма титульного аркушу звіту про проходження практики*

*МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний авіаційний університет  
Факультет економіки та бізнес-адміністрування  
Кафедра маркетингу*

**З В І Т**  
*про проходження практики  
«Фаховий тренінг з маркетингу»*

здобувача вищої освіти 1 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг»  
групи \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

База практики \_\_\_\_\_  
(назва підприємства)

Керівник від кафедри \_\_\_\_\_ (прізвище, ім'я, по батькові) \_\_\_\_\_ (підпис)

	Система менеджменту якості. Програма практики «Фаховий тренінг з маркетингу»	Шифр документа	СМЯНАУ ПП 11.01.03-01-2021
		Стор. 11 із 13	

Закінчення додатку 1

Підстава для проходження практики: навчальний план підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня "Бакалавр" галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», ОПП «Маркетинг», наказ ректора №\_\_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року.

Термін практики:

Індивідуальне завдання:

---



---



---



---



---



---



---

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН-ГРАФІК ПРАКТИКИ

Дата		Види робіт
Початок	Закінчення	

Керівник практики: \_\_\_\_\_  
(підпис)

### ЗМІСТ ЗВІТУ

1. Характеристика обраного підприємства
2. Зміст та результати виконаних робіт
  - 2.1. Роботи за планом-графіком практики
  - 2.2. Результат виконання індивідуальних завдань
3. Зміст навчальних занять
4. Висновки





	Quality Management System Practice program «Professional Introductory Training»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03- 01-2022
		Pages 3 from 12	

## CONTENTS

	page
1. General provisions.....	4
2. Guiding documents .....	4
3. The structure of the practice work program and the content of its sections .....	4
3.1. Information about specialty and educational-professional program .....	4
3.2. Information on practice bases .....	4
3.3. Objectives of practice .....	4
3.4. Practice goal .....	5
3.5. General competencies .....	5
3.6. Professional competencies .....	5
3.7. Organization of practice realization .....	5
3.8. Thematic plan of practice passing .....	5
3.9. Results of the practice passing .....	6
3.10. Information sources .....	7
3.11. Form of the practice passing assessment according to the Regulations on the RSA.....	8
4. Annex 1.....	9

	Quality Management System Practice program «Professional Introductory Training»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03- 01-2022
		Pages 4 from 12	

## 1. GENERAL PROVISIONS

The program of practice of applicants` for higher education is the main educational and methodological document that corresponds to the educational and qualification characteristics of the specialty, forms of education and regulates:

- the purpose, content and sequence of the practice of higher education seekers at the National Aviation University on certain bases of practice;
- contains recommendations on the types, forms and methods of quality control of training (level of knowledge, skills and abilities) that higher education seekers should receive during the passing practice;
- summarizing the practice of higher education seekers.

The aim of the practice programme for higher education seekers is to plan and structure a programme for the practical training of higher education seekers at relevant institutions, organisations and enterprises of different forms of ownership.

## 2. GUIDING DOCUMENTS

The main documents for the development of the practice programme are:

1. Regulations on the organisation of the educational process at the National Aviation University QMS NAU 03.02(02)-01-2019.
2. Regulations on the organisation of practices for higher education students at the National Aviation University QMS NAU P 03.01(15)-01-2021.
3. Work training and training plans for higher education seekers approved by the Vice-Rector for Academics.

## 3. THE STRUCTURE OF THE PRACTICE WORK PROGRAM AND THE CONTENT OF ITS SECTIONS

### 3.1. Information about specialty and educational-professional program

Higher education seekers who study at the specialty 075 "Marketing", educational and professional program (EPP) "Marketing", at the Department of Marketing study a wide range of disciplines, directed at the preparation of professionals in the organization of marketing activities, as one of the functions of management and methods to increase the efficiency of production and services. The professional in this position is oriented towards influencing the market in a transparent way in order to realise the objectives of the company.

### 3.2. Information on practice bases

Base of practice can be a computer lab, classrooms of Marketing Department of the university and other departments of enterprises, organisations and institutions of various sectors, which due to their type and level of activity are able to create conditions and enable higher education seekers to implement the practice programme. Seekers for higher education have the right to independently, in agreement with the graduating department, choose for themselves the place of practice "Professional Introductory Training".

### 3.3. Objectives of practice

As a result of the "Professional Introductory Training" practice, seekers for higher education should

#### learning outcomes:

- use theoretical and knowledge acquired during practice to deepen awareness in the daily work of a marketer;
- work with modern information systems and databases, sources of primary and secondary information;
- create thematic selections for tasks performance;

	Quality Management System Practice program «Professional Introductory Training»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03- 01-2022
		Pages 5 from 12	

- process and analyze marketing information.

**know:**

- current legislation on the main economic issues studied in the relevant economic disciplines, as well as the main regulations and guidance documents used by marketers on practice.

### 3.4. Practice goal

The purpose of the practice "Professional Introductory Training" is to consolidate and deepen theoretical knowledge and develop practical skills in economic disciplines, getting acquaintance with the legal and regulatory framework for enterprises` economic activity, organization and conduction of marketing activities.

### 3.5. General competencies

Ability to solve complex specialized problems and practical problems in the field of marketing or in the learning process, which involves the use of appropriate theories and methods and is characterized by complexity and uncertainty of conditions (IC).

GC3. Ability to abstract thinking, analysis and synthesis.

GC4. Ability to learn and master modern knowledge.

GC5. Definiteness and persistence to the tasks and responsibilities.

GC6. Knowledge and understanding of the subject area and understanding of professional activity.

GC7. Ability to apply knowledge in practical situations.

GC11. Ability to work in a team.

### 3.6. Professional competencies

PC12. Ability to substantiate, present and implement research results in the field of marketing.

### 3.7. Organization of practice realization

The head of the practice organizes the work of higher education seekers according to the list and duration of work:

1. Acquaintance of higher education seekers with methodological recommendations for practice realization.

2. Instruction on safety, industrial sanitation and fire safety, labor protection.

3. Clarification of the individual task, drawing up the individual plan-schedule by the higher education seeker and its coordination with the head.

4. Implementation of the thematic plan according to the schedule.

5. An individual task performance.

6. Preparation, design and protection of the report.

After completing the practice "Professional Introductory Training" the seeker should submit to the department:

– a report on the practice, which contains the results of the work on the thematic plan and in accordance with the individual task;

– daily practice notes;

– plan-schedule of the practice realization.

### 3.8. Thematic plan of practice passing

Fulfillment of individual tasks by higher education seekers activates their creative thinking, increases initiative and the ability to independently analyze and summarize the results of work,

	Quality Management System Practice program «Professional Introductory Training»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03- 01-2022
		Pages 6 from 12	

makes the practice passing more specific and focused. Topics of individual tasks are presented in Table 1.

Table 1

*Example of individual tasks*

№	The content of the task
1	Study of marketing environment factors and determination of their impact on the air transportation market
2	Conducting marketing research in the field of retail trade
3	Analysis of the enterprise`s external environment by the method of PEST-analysis
4	Study of the marketing environment factors on the industrial market
5	Building a SWOT-analysis matrix on the example of an enterprise “X”
6	Analysis of the international company`s marketing environment factors

Training will provide a program learning outcome (PLO): study of management, marketing, economic, analytical-applied and economic-mathematical apparatus of marketing research, the ability to compete successfully in modern business conditions, the formation of marketing thinking and communication skills for effective marketing business –subjects` activities on all types of markets.

PLO2. Analyze and forecast market phenomena and processes based on the application of fundamental principles, theoretical knowledge and applied skills of marketing activities.

PLO3. Apply the acquired theoretical knowledge to solve practical problems in the field of marketing.

PLO12. Demonstrate skills of independent work, flexible thinking, openness to new knowledge, be critical and self-critical.

PLO13. To be responsible for the results of the activities, to show the skills of entrepreneurial and managerial initiative.

PLO14. Perform functional responsibilities in the group, offer sound marketing solutions.

PLO16. Meet the requirements of a modern marketer, increase the level of professional training.

PLO17. Demonstrate skills of written and oral professional communication on state and foreign languages, as well as the proper use of professional terminology.

During the practice, lectures, seminars, practical classes can be held, which contribute to the deepening of theoretical knowledge. To conduct such classes, it is necessary to involve the most qualified teachers of the department.

### 3.9. Results of the practice passing

At the end of the practice, higher education seeker draw up a written report on the implementation of the program and individual tasks. The report is a systematic and consistent description of the issues covered by the program of practice. The report consists of a title page, a substantive part and conclusions. The substantive part of the report consists of the following sections:

1. Content and results of work performed
  - 2.1. Work on the plan-schedule of practice
  - 2.2. The results of individual tasks performing
3. The content of training sessions
4. Conclusions

The content (substantive) part should contain information on the results of all sections of the practice program and individual tasks.

The report should be drawn up on separate sheets of A4 format (210x297) with end-to-end numbering, for computer typing - in Times New Roman font, size 14 at one and a half line spacing. Sheet margins: left - 25 mm, right - 15 mm, top and bottom - 20 mm. Report size: up to 40 sheets of computer text. A sample of the report is provided in Annex 1.

	Quality Management System Practice program «Professional Introductory Training»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03- 01-2022
		Pages 7 from 12	

The report is prepared in accordance with the standards (ESKD, ESTD, etc.). On the last page of the report, the higher education seeker puts his/her personal signature and the date of writing.

Practice Report "Professional Introductory Training", calendar plan, diary are checked and approved by the heads of practice from the university and returned to the seeker for preparation for the defense. The defense of the practice report is held in the last days of the practice. After the defense, the reports of higher education seekers are stored at the Marketing Department for one year.

The report is defended by the seeker of higher education (with differentiated assessment) in the commission appointed by the head of the department. The commission consists of the head of practice from the university and teachers of the department, who taught disciplines according to the curriculum.

During assessing the results of the work of higher education seekers, the commission takes into account the content of the report and the progress of its defense. Evaluation is carried out in accordance with the "Regulations on the rating system for evaluating the results of the practice "Professional Introductory Training" for graduates of specialty 075 "Marketing", EPP "Marketing".

Organizational and educational-methodical guidance and control over the practice is carried out by teachers of the Marketing Department. Experienced teachers of the Marketing Department are involved in the management of the practice, who took part in the educational process, according to which the practice is carried out.

The practice "Professional Introductory Training" is conducted in a mixed form, combining the work of higher education seekers at the Marketing Department or practice base with access to the workplace and distance (offline and online). Taking into account the epidemic situation and the specifics of the processes of performing certain types of work in quarantine with the consent of the head of practice, it is allowed to establish a flexible adaptive schedule with a predominance of distance forms of work.

Practice managers from the university check the progress of the practice by checking the practice plan, which is made individually for each seeker.

The general organization of practice and control over its implementation is carried out by the educational department of the university.

Higher education seeker are sent to practice in accordance with the order of the rector of the university.

Higher education seekers who have not completed the practice program for valid, documented reasons may be granted the right to retake it on an individual schedule with funding for all costs of its organization and conducting a separate budget.

Higher education seekers who have not completed the practice program for disrespectful reasons or who received an unsatisfactory grade in the commission as a result of its completion shall be expelled from the university.

The results of the practice are discussed at the meeting of the department after its completion, and the general results of all practices are summed up at the scientific councils of the Faculty at least once during the academic year.

### 3.10. Information sources

1. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навчально-методичний посібник для сам. вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2018. 272 с.

2. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник. Тернопіль: Карт-бланш, 2018. 275 с.

3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Видавництво «Диалектика», 2020. 880 с.

4. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.

5. Маркетинг. Бакалаврський курс. Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2017. 1134 с.

6. Маркетинг: підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; Ред.- упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Маркова. 4-те вид. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2014. 648 с.

7. Маркетингова діяльність підприємств: Навчальний посібник за заг.ред. Косенко О.П.

	Quality Management System Practice program «Professional Introductory Training»	Document code	QMS NAU СТР 11.01.03- 01-2022
		Pages 8 from 12	

Харків: НТУ «ХП», 2018. 1000 с.

8. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / І.Р. Лошенко, А.М. Гуменюк, Ю.Б. Чаплінський. К.: Центр навчальної літератури, 2018 . 182 с.

9. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.

10.Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська К.: «Центр учбової літератури», 2014. 208 с.

11.Окландер М.А. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / М.А. Окландер, М.В. Кірносова. К.: «Центр учбової літератури», 2020. 248 с.

### 3.11. Form of the practice passing assessment according to the Regulations on the RSA

Evaluation of individual works performed by a higher education seeker during Professional Introductory Training is carried out in points according to the Table.

№	Kind of Academic Activities	Max grade
1	Organizational activities (familiarization with the internship program, briefing on the procedure for conducting internships, occupational health and fire safety rules, maintaining contact during internships).	15
2	Search and analysis of information (documentation) on the topic of the qualifying work of the applicant of the first (bachelor) level of higher education.	30
3	Development and justification of specific proposals on the topic of an individual task.	10
4	Recommendations for the use, development of the necessary software or business website.	10
5	Approbation of the main theoretical and practical recommendations of the study (publication of a scientific article, theses, speech at a conference, etc.).	5
6	Completion and submission of the report on practice and accompanying documentation within the prescribed period	10
7	Defense of the practice report	20
<b>Total according to the practice program</b>		<b>100</b>

The practice report is checked and approved by the Head from the Department. The results of practice are summarized in the process of drawing up a Graded test by the seeker of higher education.

The grade for practice in points, according to the national scale and the ECTS scale, is entered in the credit and examination information and in the individual study plan of the seeker under the signature of the Head of practice from the University, for example, as follows: 92/Excel./A, 87/Very Good/B, 79/Good/C, 68/Satisf./D, 65/Sufficient/E etc.

	Quality Management System Practice program «Professional Introductory Training»	Document code	QMS NAU CTP 11.01.03- 01-2022
		Pages 9 from 12	

Annex 1

*The form of the title page of the report on the practice*

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE**  
**National Aviation University**  
Faculty of Economics and Business Administration  
Marketing Department

**REPORT**  
about the practice  
«Professional Introductory Training»

high education seeker of the 1st year of specialty 075 "Marketing" EPP "Marketing"  
group \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(name of the seeker)

Base of practice \_\_\_\_\_  
*(companies name)*

Head from the Department \_\_\_\_\_  
*(name)* *(signature)*

Kyiv – 20\_\_



End of Annex 1

The basis for the practice: Curriculum of Higher Education Seekers Training for “Bachelor” field of study 07 «Management and Administration», Specialty 075 «Marketing», Educational-Professional Program «Marketing», Rector's order № \_\_\_\_\_ of «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_.

Term of practice:

Individual

task: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

#### CALENDAR PLAN-SCHEDULE OF PRACTICE

Date		Types of work
Beginning	End	

Head of practice: \_\_\_\_\_

(signature)

#### CONTENT OF THE REPORT

1. Characteristics of the selected enterprise
2. Content and results of work performed
  - 2.1. Work on the plan-schedule of practice
  - 2.2. The result of individual task performance
3. The content of training sessions
4. Conclusions