

ХЛЄБНІКОВА Н.Б.

Методичні рекомендації щодо проходження
переддипломної (виробничої) практики

Черкаси, 2021

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

УДК 378.147.88+339.1 (075)

*Рекомендовано до друку рішенням методичної ради
Черкаського державного бізнес-коледжу
Протокол № ___ від _____ 2021 р.*

Укладач: Хлебнікова Н.Б.
Методичні рекомендації
щодо проходження переддипломної
(виробничої) практики
Черкаси, 2021 р. – 46 с.

Рецензент: Трішкіна Н.І., канд. екон. наук, доцент, викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист відокремленого структурного підрозділу «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж Київського національного торговельно-економічного університету».

Методичні рекомендації містять загальні положення, обов'язки керівників практики та студента-практиканта, опис змісту переддипломної (виробничої) практики, вимоги до оформлення звіту, форми і методи контролю, критерії оцінки якості практичної підготовки студентів, список використаних та рекомендованих джерел.

Методичні рекомендації призначено для здобувачів вищої освіти за ступенем вищої освіти бакалавр зі спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол № 7 від 16.06.2021 року

© ЧДБК,
© Н.Б. Хлебнікова, 2021

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Загальні положення	5
2. Обов'язки керівників практики та студента-практиканта	8
3. Зміст переддипломної (виробничої) практики	11
4. Підготовка звіту з переддипломної (виробничої) практики та вимоги до його оформлення	32
5. Форми і методи контролю	36
6. Критерії оцінки якості практичної підготовки студентів	38
Список використаних джерел	40
Список рекомендованих джерел	42
Додатки	44

Вступ

До циклу практичної підготовки освітньо-професійних програм підготовки фахівців за ступенем вищої освіти бакалавр галузі знань 07 «Управління та адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» на четвертому курсі включена переддипломна (виробнича) практика.

Проходження такої практики передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей зі здатності до пошуку, обробки та аналізу інформації при проведенні досліджень щодо поведінки ринкових суб'єктів та особливостей функціонування різних типів ринків.

Переддипломна (виробнича) практика направлена на застосування набутих теоретичних знань для розв'язання практичних завдань у сфері підприємництва, торгівлі, біржовій діяльності та сфері маркетингу як одного з основних результатів навчання.

1. Загальні положення

Переддипломна (виробнича) практика є заключною ланкою практичної підготовки студентів. Вона спрямована на закріплення теоретичних знань, набутих під час навчання, отримання та поліпшення практичних навичок і умінь за спеціальностями, сприяє їх розширенню та поглибленню. Практика покликана скоротити термін адаптації молодого фахівця до діяльності в умовах суб'єкта підприємницької діяльності (фізичної / юридичної особи) після закінчення Черкаського державного бізнес-коледжу. Під час практики здобувачі вищої освіти не тільки оволодівають сучасними формами і методами роботи у сфері маркетингу, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності на базі конкретного суб'єкта підприємницької діяльності, але й мають можливість безпосередньо впливати на систему маркетингу об'єкта практики шляхом її дослідження, аналізу, вияву сильних та слабких сторін і формулювання рекомендацій щодо вдосконалення діяльності за результатами проходження переддипломної практики. Тобто сучасний рівень освіти передбачає активне, а не пасивне проходження здобувачем вищої освіти переддипломної (виробничої) практики.

У розрізі модульно-кредитної системи навчання переддипломна практика займає 120 годин / 4 кредити.

Здобувачі вищої освіти всіх форм навчання у Черкаському державному бізнес-коледжі проходять переддипломну (виробничу) практику у терміни, визначені графіком навчального процесу, реалізують набуті теоретичні знання з усіх дисциплін навчального плану й відпрацьовують професійні навички та вміння. Здобувачі вищої освіти денної форми навчання у період проходження переддипломної (виробничої) практики збирають вихідні дані до теми бакалаврської кваліфікаційної роботи. Оскільки цей вид практики на денній формі навчання передує написанню бакалаврської

кваліфікаційної роботи за освітнім ступенем «бакалавр», то закріплення здобувачів вищої освіти за певною базою практики здійснюється відповідно до тематики роботи з урахуванням особливостей об'єкта та предмета дослідження. Це дасть змогу здобувачам вищої освіти зосередити увагу на всебічному вивченні досвіду роботи суб'єкта підприємницької діяльності та використати зібрані матеріали для написання бакалаврської кваліфікаційної роботи.

З базами практики завчасно укладаються договори на її проведення [4]. За умови погодження з кафедрою економіки, підприємництва та маркетингу база практики може бути запропонована студентом. Підставою для зарахування на практику є направлення на практику.

Мета переддипломної (виробничої) практики – оволодіння студентами сучасними методами, формами організації праці у сфері маркетингу, формування у них на базі досягнутих у Черкаському державному бізнес-коледжі результатів навчання фахових компетенцій для прийняття свідомих незалежних рішень під час конкретної діяльності в реальних умовах сучасного ринку, формування потреби систематично покращувати власні знання задля їх творчої реалізації в практичній діяльності у сфері підприємництва та маркетингу.

Завдання переддипломної (виробничої) практики:

- формування професійних умінь і навичок щодо самостійного прийняття рішень у період діяльності за фахом в реальних ринкових умовах;

- поглиблення та закріплення теоретичних знань, отриманих в процесі вивчення дисциплін професійної підготовки;

- формування потреби набуття додаткових знань та їх творчого втілення у процесі практичній діяльності за фахом;

- пошук інформації про стан та тенденції зміни кон'юнктури ринків окремих товарів;

- аналіз маркетингового макро- та мікросередовища,

визначення можливостей та небезпек, що виникають у зовнішньому середовищі;

- аналіз сильних та слабких сторін діяльності суб'єкта підприємницької діяльності;

- оцінка рівня привабливості продукції, що випускається,

- аналіз конкурентоспроможності продукції;

- проведення наукових досліджень у процесі виконання індивідуального завдання, обраного з переліку, запропонованого керівником практики (на денній формі навчання – відповідно до теми бакалаврської кваліфікаційної роботи).

Результатом переддипломної (виробничої) практики є:

- вміння систематизації і використання установчих та нормативних документів діяльності суб'єкта підприємницької діяльності;

- вміння збору, аналізу економічної інформації щодо маркетингової (підприємницької) діяльності конкретного суб'єкта підприємницької діяльності [6, 7].

2. Обов'язки керівників практики та студента-практиканта

Керівник переддипломної (виробничої) практики від суб'єкта підприємницької діяльності

- несе відповідальність за проведення практики відповідно до своєї компетенції;
- організовує переддипломну (виробничу) практику згідно із змістом практики;
- визначає місця практики, що є ефективними з точки зору її результатів;
- організовує проведення необхідних інструктажів з охорони праці та безпеки життєдіяльності;
- забезпечує дотримання графіків проходження переддипломної (виробничої) практики у структурних підрозділах суб'єкта підприємницької діяльності;
- надає можливість користуватися необхідною документацією, матеріально-технічною базою суб'єкта підприємницької діяльності для виконання змісту переддипломної (виробничої) практики;
- контролює дотримання правил внутрішнього розпорядку;
- формує умови для засвоєння маркетингових технологій, сучасних підходів у підприємницькій діяльності;

Керівник переддипломної (виробничої) практики від кафедри економіки, підприємництва та маркетингу ЧДБК

- визначає індивідуальне завдання (на денному відділенні завдання має відповідати темі бакалаврської кваліфікаційної роботи, обраній до початку проходження практики);
- узгоджує індивідуальні завдання разом із керівником переддипломної (виробничої) практики від суб'єкта підприємницької діяльності, враховуючи особливості місця практики;
- контролює своєчасне прибуття до суб'єкта підприємницької діяльності – бази практики;

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

- здійснює контроль за виконанням завдань відповідно до змісту практики, термінів її проведення;
- надає кваліфіковану методико-методологічну допомогу здобувачам вищої освіти при виконанні ними індивідуальних завдань і зборі матеріалів для бакалаврської кваліфікаційної роботи;
- проводить консультування щодо систематизації матеріалу, зібраного у період переддипломної (виробничої) практики, та його обробки з подальшим використанням у звіті і бакалаврській кваліфікаційній роботі;
- оцінює оформлення звіту та щоденника;
- приймає захист звітів з переддипломної (виробничої) практики;
- здає звіти про переддипломну (виробничу) практику секретарю навчальної частини для передачі його в архів.

Обов'язки студента-практиканта

- одержати від завідувача практики направлення, щоденник, методичні матеріали та консультації щодо оформлення вказаних документів до початку переддипломної (виробничої) практики;
- вчасно прибути до суб'єкта підприємницької діяльності – бази практики;
- дотримуватися вимог трудового законодавства, правил внутрішнього розпорядку, визначених для працівників суб'єкта підприємницької діяльності - бази практики;
- знати і чітко дотримуватися вимог з охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії;
- у повному обсязі виконувати завдання, передбачені даними методичними рекомендаціями;
- регулярно консультуватися з керівником практики від кафедри;
- нести відповідальність за процес виконання роботи та його результати,

- свідомо та сумлінно ставитися до діяльності у сфері підприємництва та маркетингу;
- своєчасно підготувати щоденник з практики та звіт про її проходження, здати диференційований залік з переддипломної (виробничої) практики [2].

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

3. Зміст переддипломної (виробничої) практики

Переддипломна (виробнича) практика проводиться для здобувачів вищої освіти всіх форм навчання згідно з навчальним планом.

У таблиці 1 наведено календарний план переддипломної (виробничої) практики, який необхідно відобразити в щоденнику.

Таблиця 1

Календарний план переддипломної (виробничої) практики

№ п/п	Зміст практики	Обсяг часу, год.
1	2	3
1	Інструктаж про організацію і проходження переддипломної (виробничої) практики на кафедрі. Індивідуальні консультації з керівником переддипломної (виробничої) практики	4
2	Оформлення у суб'єкта підприємницької діяльності документів щодо проходження практики, отримання інструктажів з охорони праці та безпеки життєдіяльності, ознайомлення з правилами внутрішнього розпорядку	4
3	Ознайомлення з суб'єктом підприємницької діяльності - базою практики	8
4	Ознайомлення з організаційною структурою управління суб'єкта підприємницької діяльності	8
5	Аналіз фінансово-економічної діяльності суб'єкта підприємницької діяльності	8
6	Дослідження товарної політики суб'єкта підприємницької діяльності	8
7	Дослідження цінової політики	8
8	Аналіз збутової політики суб'єкта підприємницької діяльності	8
9	Дослідження комунікаційної політики	8
10	Аналіз макросередовища суб'єкта підприємницької діяльності	8
11	Конкурентний аналіз та конкурентоспроможність суб'єкта підприємницької діяльності	8

Продовження табл. 1

1	2	3
12	SNW-аналіз та SWOT-аналіз суб'єкта підприємницької діяльності	8
13	Виконання індивідуального завдання	16
14	Оформлення та захист звіту з практики	16
Всього		120

Ознайомлення з суб'єктом підприємницької діяльності-базою практики

Студенти наводять коротку історичну довідку про створення суб'єкта підприємницької діяльності, характеризують форму власності й організаційно-правову форму бізнесу, галузеву приналежність суб'єкта підприємницької діяльності; визначають зміст та цілі його діяльності; називають види продукції, робіт, послуг, що є предметом діяльності суб'єкта підприємництва.

Ознайомлення з організаційною структурою управління суб'єкта підприємницької діяльності

Студенти наводять схему організаційної побудови суб'єкта підприємницької діяльності і характеризують його організаційну структуру управління, описують основні підрозділи суб'єкта підприємницької діяльності, визначають види взаємодії між ними.

Також характеризують розподіл маркетингових функцій у суб'єкта підприємницької діяльності між структурними підрозділами і посадовими особами; за яким принципом побудована служба маркетингу (збуту): за функціональним, регіональним, товарним, ринковим типом чи їх певними комбінаціями. Студенти наводять схему, що ілюструє структуру служби маркетингу (збуту), вказують чисельність працівників даної служби, характеризують посадові обов'язки працівників та кваліфікаційні вимоги до цих працівників. Студенти визнають, чи є оптимальною дана структура з точки зору функцій, товару,

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

кінцевого споживача і територіального розташування.

Аналіз фінансово-економічної діяльності суб'єкта підприємницької діяльності

У даному розділі студенти проводять дослідження фінансово-економічної діяльності суб'єкта підприємства за останні 3 роки. Серед показників, які необхідно розрахувати і проаналізувати, мають бути ті, що характеризують виробництво і реалізацію продукції в натуральних і вартісних показниках; ефективність використання ресурсів; результати господарської діяльності; фінансовий стан суб'єкта підприємницької діяльності; його інвестиційну політику; інноваційну політику.

Рекомендований перелік показників, які необхідно розрахувати у даному розділі, показаний у таблицях:

- табл. 2.1 (якщо база практики – суб'єкт підприємницької діяльності – юридична особа, що перебуває на загальній системі оподаткування);

- табл. 2.2 (якщо база практики – суб'єкт підприємницької діяльності – фізична особа, або юридична особа, що перебуває на спрощеній системі оподаткування і є платником єдиного податку третьої групи).

Таблиця 2.1

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності
(назва суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи,
що перебуває на загальній системі оподаткування)

№ з/п	Назва показника	Од. вимір	Роки аналізу			Базисні відхилення	
			202__р.	202__р.	202__р.	Абсолютний приріст, тис.грн.	Темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Вартість активів станом на початок року (ф.1, р.1300 АБ)	тис. грн.					

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8
2	Вартість активів станом на кінець року (ф.1, р.1300 АБ)	тис. грн.					
3	Чистий прибуток або чистий збиток підприємства (ф.2, р.2350 або 2355)	тис. грн.					
4	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (ф.2, р.2000)	тис. грн.					
5	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) (ф.2, р.2050)'	тис. грн.					
6	Адміністративні витрати (ф.2, р.2130)	тис. грн.					
7	Витрати на збут (ф.2, р.2150)	тис. грн.					
8	Прибуток від реалізації продукції (прибуток від основної операційної діяльності) (р.4-р.5-р.6-р.7)	тис. грн.					
9	Рентабельність продукції (р.8 / р.4)						
10	Середньорічна вартість активів, (р.1+р.2)/2	тис. грн.					
11	Рентабельність активів (р.3/р.10)						
12	Затрати основної операційної діяльності (р.5+р.6+р.7)	тис. грн.					
13	Затратомісткість продукції (товарів, робіт, послуг) (р.12/р.4)						
14	Середня кількість працівників в еквіваленті повної зайнятості (форма № 1-підприємництво «Структурне обстеження підприємства» (коротка), (річна), розділ 3	осіб					
15	Показник рентабельності праці (р.8 x1000/р.14)	грн/осіб					

Джерело: складено автором на основі даних [1]

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

Показники, подані у табл. 2.1, можуть бути доповнені іншими показниками. Так, для суб'єктів підприємницької діяльності, що працюють у фінансовій сфері (банки, інвестиційні компанії, страхові компанії), основу аналізу господарської діяльності мають складати показники фінансової стійкості, обсягу інвестицій, рентабельності інвестицій тощо.

Таблиця 2.2

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності
(назва суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи,
або юридичної особи, що перебуває на спрощеній системі оподаткування і є
платником єдиного податку третьої групи)

№ з/п	Назва показника	Од. вимір	Роки аналізу			Базисні відхилення	
			202__р.	202__р.	202__р.	Абсолютний приріст, тис.грн.	Темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Загальна сума доходу	грн., коп.					
2	Середня кількість працівників	осіб					

Джерело: складено автором на основі даних [5]

У таблицях 2.1, 2.2 студенти здійснюють розрахунки абсолютних та відносних величин, що характеризують динаміку вказаних показників. У звіті після проведених розрахунків проводиться короткий аналіз отриманих даних і визначаються сильні і слабкі сторони господарської діяльності суб'єкта підприємництва.

Студент, який проходить практику на базі суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної / юридичної особи, що перебуває на спрощеній системі оподаткування і є платником

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

єдиного податку четвертої групи – аналіз фінансово-економічної діяльності не виконує. У цьому разі студент аналізує структуру земель суб'єкта підприємницької діяльності-бази практики і формує таблицю 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз структури земель суб'єкта підприємницької діяльності (назва суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної / юридичної особи, що перебуває на спрощеній системі оподаткування і є платником єдиного податку четвертої групи)

№ з/п	Категорія земель за основним цільовим призначенням	Площа земельної ділянки, га	Частка земель, %
1	2	3	4
1	Землі сільськогосподарського призначення (сільськогосподарські угіддя, у тому числі для сільськогосподарських товаровиробників, які спеціалізуються на виробництві (виросуванні) та переробці продукції рослинництва на закритому ґрунті)		
1.1	Рілля, всього		
1.2	Сіножаті, всього		
1.3	Багаторічні насадження, всього		
1.4	Пасовища, всього		
2	Землі водного фонду, всього		
Всього			100,0

Джерело: складено автором на основі даних [5]

У таблиці 2.3 студенти здійснюють розрахунки відносних величин структури, що характеризують частку визначених категорій земель за основним цільовим призначенням у загальній площі земель суб'єкта підприємницької діяльності. Після проведених розрахунків проводиться аналіз отриманих даних, що дасть можливість встановити відповідність структури земель основному виду діяльності та її вплив на результативні показники діяльності суб'єкта підприємництва.

Дослідження товарної політики суб'єкта підприємницької діяльності

У цьому пункті студенти зазначають види продукції (товарів), які пропонує ринку суб'єкт підприємницької діяльності, динаміку реалізації, структуру асортименту, частку ринку за видами продукції. Також студенти визначають прибутковість окремих видів продукції (товарів).

Студентам здійснюють оцінку економічних вигід суб'єкта підприємницької діяльності від реалізації окремого виду товару, товарних ліній та товарного асортименту в цілому; визначають ставлення споживачів до товарів суб'єкта підприємницької діяльності та конкурентів; виявляють сильні та слабкі сторони товару та товарного асортименту, можливості та загрози зі сторони ринку; оцінюють позиції товарної марки на ринку; з'ясовують ставлення до упаковки товару зі сторони різних суб'єктів ринку; оцінюють доцільність і результативність процесу розробки та впровадження нових товарів; з'ясовують особливості формування товарного асортименту, його узгодженість з цілями суб'єкта підприємницької діяльності та збалансованість з огляду на життєвий цикл товарів; розробляють заходи щодо покращення структурних елементів товару та оптимізації товарного асортименту.

Результати дослідження за даним розділом можна звести у табл. 3 - 5

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

Таблиця 3

Аналіз динаміки обсягів реалізації основних видів продукції
(товарів, робіт, послуг)

№ з/п	Показники	Од. вимір	Роки аналізу			Абсолютні відхилення, од.			Відносні відхилення, %			
			202_р.	202_р.	202_р.	ланц..		базисні	ланц.		базисні	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) виду А	од.										
2	Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) виду Б	од.										
3												

Аналізуючи таблицю, студенти вказують, за якими видами продукції (товарів) відбувається зростання (спад) обсягів реалізації, на яку кількість одиниць і в скільки разів більше (менше) у порівнянні з попередніми роками.

Таблиця 4

АВС-аналіз асортименту продукції (товарів, робіт, послуг)

№ з/п	Найменування продукції (товарів)	Од. вимір.	Вартість реалізованої продукції (товарів)	Частка, %	Накопичена частка, %	Категорія
1	2	3	4	5	6	7
1	А	тис. грн.				
2	Б	тис. грн.				
3	В	тис. грн.				
4						

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

У процесі проведення АВС-аналізу студенти здійснюють ранжування та групування асортиментних позицій залежно від розміру їх вкладу в сукупний ефект, а також роблять висновки щодо того, наскільки раціональними є зусилля суб'єкта підприємницької діяльності на підтримку асортиментної позиції залежно від категорії, до якої вона потрапила при проведенні даного виду аналізу.

Таблиця 5

Рентабельність основних видів продукції (товарів, робіт, послуг)

№ з/п	Показники	Од. вимір.	Роки аналізу		
			202 р.	202 р.	202 р.
1	2	3	4	5	6
1	Вартість реалізованої продукції (товарів) виду А	тис.грн.			
2	Прибуток від реалізації продукції (товарів) виду А	тис.грн.			
3	Рентабельність продукції (товарів) виду А (р.2/р. 1*100)	%			
4					

Студенти здійснюють порівняльний аналіз рентабельності основних видів продукції (товарів) і роблять висновки щодо доцільності оновлення/поповнення асортименту продукції (товарів), необхідності виведення окремих позицій зі складу асортименту з причини виявлення негативних тенденцій у зменшенні прибутковості від їх реалізації.

Дослідження цінової політики

У процесі дослідження цінової політики суб'єкта підприємницької діяльності студенти з'ясовують, які цілі та задачі визначає суб'єкт підприємницької діяльності при встановленні цін на продукцію (товари), що виробляються (реалізуються), визначають внутрішні та зовнішні фактори, що здійснюють найбільший вплив на рівень цін.

Студенти здійснюють:

- дослідження з використанням статистичних методів аналізу та експертних оцінок реакції попиту на різні ціни

конкретної продукції (товарів);

- аналіз витрат, результати якого можуть бути використані для оптимізації обсягів виробництва продукції (структури асортименту товарів) з метою забезпечення раціональності подальшої цінової політики;

- вивчення цін конкурентів, пропозицій та якості їхньої продукції (товарів), відношення споживачів до неї, реакцію споживачів і конкурентів на зміну цін;

- аналіз методів ціноутворення з метою вибору найбільш адекватних для конкретної ситуації та їхнього подальшого удосконалення (на основі собівартості чи витрат обігу, на основі попиту чи цінності товару, на основі конкурентної ситуації);

- аналіз цінового стимулювання просування продукції (товарів) на ринках, яке не суперечить міжнародним правилам і нормам;

- розробку конкретних заходів щодо вдосконалення цінової політики суб'єкта підприємницької діяльності.

Аналіз збутової політики суб'єкта підприємницької діяльності

Студенти здійснюють аналіз каналів просування товарів, що реалізуються суб'єктом підприємницької діяльності.

Доцільно відокремити різні типи постачальників за ступенем щільності зв'язків з фірмою: "ексклюзивні" (ті, що працюють винятково з даним суб'єктом підприємницької діяльності); "лояльні" (ті, що працюють як з суб'єктом підприємницької діяльності, так і його конкурентами); "сторонні" (ті, що працюють тільки з конкурентами).

Дослідження посередників (роздрібних торговців) мають бути спрямовані на виявлення їхніх цільових сегментів та позиції на ринку відносно конкурентів, умов договорів з постачальниками, особливостей асортиментної та цінової політики, інтегрованих маркетингових комунікацій в місцях продажів, методів стимулювання збуту; вивчення іміджу

торговельного посередника в сприйнятті споживачів, рівня обслуговування та кваліфікації персоналу.

Студенти вивчають тенденції, що мають місце відносно схем поставки товарів, здійснюють оцінку ефективності системи розподілу товарів з урахуванням вибору найкоротших шляхів, форм, термінів і зручності руху товарів, обсягу продажу, рівня товарних запасів і витрат обігу. Визначають рівні ефективності та потенційні можливості різних каналів руху товарів, вказують шляхи їх оптимізації.

Студенти аналізують маршрути та графіки завезення товарів суб'єктом підприємницької діяльності, розраховують оптимальні розміри партій, що завозяться, та інтервали завезення товарів, вивчають особливості та стан передпродажної підготовки товарів; вивчають організацію продажу товарів, форми та методи торгового обслуговування покупців, їх ефективність; вивчають поведінку покупців та продавців у процесі продажу товарів, характеризують процес прийняття рішення про покупку, визначають мотиви і етапи покупки; характеризують специфіку реалізації товарів в умовах суб'єкта підприємницької діяльності - бази практики.

Студенти, які проходять практику у суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи, що перебуває на загальній системі оподаткування, результати дослідження за даним розділом зводять у табл. 6-8.

Таблиця 6

Динаміка виробленої та реалізованої продукції (товарів)
суб'єкта підприємницької діяльності

№ з/п	Показники	Од. вимір.	Роки аналізу			Базисні відхилення	
			202__р.	202__р.	202__р.	Абсолютний приріст, тис.грн.	Темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Вартість реалізованої продукції (товарів)	тис.грн.					
2	Вартість виробленої продукції (товарів, закуплених у виробників)	тис.грн.					
3	Коефіцієнт відповідності	коєфі-- цієнт					
4	Середні залишки нереалізованої продукції (товарів)	тис.грн.					

У цій таблиці студенти аналізують динаміку виробленої та реалізованої продукції (товарів) суб'єкта підприємницької діяльності як в абсолютному, так і у відносному вираженні, встановлюють відповідність між цими показниками за останніх 3 роки діяльності суб'єкта підприємництва, аналізують тенденції зміни коефіцієнта відповідності вартості реалізованої продукції (товарів) до вартості її виробництва (вартості товарів, закуплених у виробників) та здійснюють аналіз середніх залишків нереалізованої продукції (товарів). Студенти роблять висновки щодо збільшення (зменшення) залишків нереалізованої продукції (товарів) на складах суб'єкта підприємницької діяльності, прогнозують наслідки зміни їх стану (тривале заморожування оборотного капіталу, брак

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

готівки, потреба в кредитах і сплаті процентів за ними, зростання кредиторської заборгованості постачальникам, бюджету, працівникам з оплати праці і т. д.).

Таблиця 7

Динаміка основних показників збутової діяльності суб'єкта підприємництва

№ з/п	Показники	Од. вимір.	Роки аналізу			Базисні відхилення	
			202__р.	202__р.	202__р.	Абсолютний приріст, тис.грн.	Темп приросту, %
1	2	3	4	5	6	7	
1	Дохід від реалізації продукції (товарів)	тис. грн.					
2	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.					
3	Валовий прибуток	тис. грн.					
4	Витрати на збут	тис. грн.					

За результатами аналізу таблиці 7 студенти роблять висновки щодо динаміки основних показників збутової діяльності суб'єкта підприємницької діяльності, після чого аналізують структуру витрат на збут за окремими статтями за останні 3 роки та визначають, які за досліджуваний період відбулися структурні зрушення у складі витрат на збут. Розраховані показники студенти вносять до таблиці 8.

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

Таблиця 8

Динаміка та структура витрат на збут суб'єкта підприємницької діяльності

№ з/п	Статті витрат	Од. вимір	Роки аналізу						Базисні відхилення			
			202__р.		202__р.		202__р.		абсолютні, тис.грн.	відносні, %	частки, в.п.	
			сума	частка, %	сума	частка, %	сума	частка				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Витрати на зберігання, навантаження, розвантажування пакування продукції (товарів)	тис. грн.										
2	Витрати на оплату праці та комісійні винагороди працівникам підрозділів, продавцям та торговим агентам, що забезпечують збут	тис. грн.										
3	Єдиний соціальний внесок	тис. грн.										

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

Продовження табл. 8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4	Витрати на проведення передпродажних та рекламних заходів та на дослідження ринку товарів, що продаються суб'єктом підприємницької діяльності	тис. грн.									
5	Витрати на оплату службових відряджень працівників, зайнятих збутом продукції (товарів)	тис. грн.									
6	Витрати на відшкодування транспортних, перевалочних, страхових витрат постачальника	тис. грн.									
7	Податки та збори, встановлені законодавством України	тис. грн.									
8	МШП	тис. грн.									
9	Інші витрати, пов'язані зі збутом продукції (товарів)	тис. грн.									
10	Витрати щодо гарантійного обслуговування	тис. грн.									
	Разом витрат										

Аналізуючи таблицю 8, студенти роблять висновки про те, як відображається на діяльності суб'єкта підприємницької діяльності структура витрат на збут, що склалася, та ті зміни, що відбулися у динаміці витрат на збут за досліджуваний період.

Дослідження комунікаційної політики

Студенти визначають види комунікацій, що найбільш успішно використовуються суб'єктом підприємницької діяльності, та невикористані можливості організації маркетингових комунікацій; здійснюють огляд цілей та задач, що виконує реклама суб'єкту підприємницької діяльності; ознайомлюються з процесом формування та реалізації стратегії реклами; засобами реклами, що використовуються або можуть використовуватися найбільш ефективно; методами розрахунку витрат на рекламу; ефективністю рекламних заходів.

Економічну ефективність реклами можна визначити за показниками:

- приріст обсягів збуту, досягнутий за рахунок рекламної кампанії;
- частку від ділення приросту обсягу збуту за період, досягнутого за рахунок реклами, та суми витрат на рекламу;
- відношення приросту прибутку, отриманого в результаті рекламної компанії, до суми рекламних витрат.

Визначають заходи із стимулювання продажу, що використовує суб'єкт підприємницької діяльності, проводять аналіз та дають оцінку комерційної ефективності, вносять пропозиції щодо оптимізації заходів, пов'язаних з використанням засобів стимулювання суб'єктом підприємницької діяльності - базою практики.

Студенти аналізують організацію роботи з громадськістю суб'єктом підприємницької діяльності, з'ясувають, які саме дії зі створення та підтримки позитивного ставлення до продукції суб'єкта підприємництва та діяльності його з боку громадськості застосовуються, наскільки вони забезпечують збереження та

поліпшення репутації суб'єкта підприємницької діяльності, які саме способи PR повинні бути використані для створення у працівників суб'єкта підприємницької діяльності почуття відданості, гордості за нього та зацікавленості у діяльності. Студенти також дають оцінку їх ефективності.

Аналіз макросередовища суб'єкта підприємницької діяльності

У даному розділі студенти описують тенденції розвитку макросередовища, яке може впливати на отримання прибутку суб'єктом підприємницької діяльності. Ці тенденції залежать від демографічних, економічних, політико-законодавчих, соціально-культурних факторів, розвитку науково-технічного прогресу, факторів природного середовища, що діють у рамках широкого економічного простору, на які фірма не може впливати.

Результати дослідження факторів маркетингового макросередовища студенти вносять до таблиці 9, де вказують рівень впливу факторів на діяльність суб'єкта підприємницької діяльності на ринку.

Таблиця 9

Дослідження впливу макроекономічних факторів

Фактори макросередовища	Рівень впливу		
	негативний	нейтральний	позитивний
Економічні			
Демографічні			
Політико-законодавчі			
Соціально-культурні			
Фактори науково-технічного прогресу			
Екологічні			

Формуючи таблицю, студенти розписують кожний фактор. Після таблиці роблять оцінку впливу факторів на діяльність суб'єкта підприємництва на ринку і визначають найголовніші.

Можливим є проведення PESTLE аналізу, при цьому студенти:

- визначають фактори, що знаходяться поза контролем компанії і можуть вплинути на її продажі і прибуток;
- досліджують ступінь впливу кожного обраного фактора;
- оцінюють ймовірності зміни факторів у майбутньому;
- аналізують вплив факторів з урахуванням ймовірності їх змін;
- встановлюють можливі наслідки настання або зміни кожного фактора.

Конкурентний аналіз та конкурентоспроможність суб'єкта підприємницької діяльності

Студенти здійснюють конкурентний аналіз, який включає:

- а) дослідження конкурентної ариени та значущості на ній конкурентних позицій суб'єкта підприємницької діяльності, яке здійснюється на основі використання моделі конкурентної ариени М. Портера, що містить "п'ять сил конкуренції" (рис. 1).



Рис. 1. Системний аналіз конкурентної ариени (за М. Портером) [3]

б) пошук основних конкурентів суб'єкта підприємницької діяльності та здійснення оцінки їхніх можливостей відповідно до частки ринку та темпів росту обсягів виробництва.

в) вивчення конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності відносно основних конкурентів. При цьому досліджують конкурентоспроможність продукту (товару), порівнюючи його з продуктом (товаром) конкурента за технічними та економічними параметрами. Так, до технічних можемо віднести функціональні (досконалість виконання основної та додаткових функцій, універсальність), технологічність, надійність, довговічність, ергономічні (гігієнічні, антропометричні, фізіологічні, психологічні), естетичні (форма, дизайн), екологічні (нешкідливість хімічного складу матеріалів, показники безпеки (вогнегасність, надійність електроізоляції побутових приладів). Економічні параметри можуть включати витрати на транспортування, монтаж, експлуатацію, ремонт, технічне обслуговування, на пальне та електроенергію, на утилізацію відходів, зберігання товару.

Також аналізують конкурентоспроможність маркетингової діяльності суб'єкта підприємництва, порівнюючи з аналогічною діяльністю пріоритетних конкурентів за складовими маркетингового комплексу: товар; ціна; розподіл; просування.

Крім того, можливий аналіз рівня конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності за показниками її потенціалу: виробничого та науково-технічного (виробничі потужності, наявність технічних ресурсів, рівень НДДКР); фінансово-кредитного (стабільність фінансового-економічного стану, інвестиційний потенціал); товарно-збутового (частка, що займає суб'єкт підприємницької діяльності на ринку, рівень сервісу, ефективність рекламної діяльності); соціально-економічного (імідж фірми, управлінський потенціал).

г) вивчення факторів конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності у процесі оцінки значущості різноманітних конкурентних чинників.

е) здійснення аналізу конкурентних позицій суб'єкта підприємницької діяльності на основі зіставлення її потенціалу з конкурентним потенціалом.

SNW-аналіз та SWOT-аналіз суб'єкта підприємницької діяльності

Студенти здійснюють аналіз сильних, нейтральних і слабких сторін суб'єкта підприємницької діяльності за допомогою методики SNW-аналізу. В ситуації стратегічного аналізу внутрішнього середовища суб'єкта підприємницької діяльності в якості нейтральної позиції найкраще фіксувати середньоринковий стан для даної ситуації. Перелік сильних і слабких сторін суб'єкта підприємницької діяльності обґрунтовується і підтверджується попередніми розрахунками або статистичними даними.

Сильні та слабкі сторони суб'єкта підприємницької діяльності порівнюються з ринковими можливостями і загрозами. Студенти виконують SWOT-аналіз. Студенти здійснюють узагальнення та заносять результати даного дослідження у таблицю 10.

Таблиця 10

SWOT-аналіз

Внутрішні	Сильні сторони	Слабкі сторони
Зовнішні	Ринкові можливості	Ринкові загрози

Відповідно до матриці студенти обирають один із чотирьох різновидів стратегії маркетингу: стратегія, що використовує сильні сторони для реалізації маркетингових можливостей; стратегія, що спрямована на використання сильних сторін суб'єкта підприємницької діяльності для мінімізації загроз у

сфері маркетингу; стратегія, спрямована на знешкодження слабких сторін суб'єкта підприємницької діяльності через використання наданих ринком можливостей; стратегія, спрямована на усунення як слабких сторін діяльності суб'єкта підприємницької діяльності, так і потенційних маркетингових загроз. Студенти роблять опис обраної стратегії.

Виконання індивідуального завдання

З метою набуття здобувачами вищої освіти фахових компетентностей, умінь застосовувати теоретичні знання для самостійного розв'язання практичних завдань у сферах підприємництва та маркетингу, підвищення активності та ініціативності діяльності кожен студент виконує індивідуальне завдання.

Таке завдання містить інформацію або матеріали, зібрані під час проходження практики, що необхідні для виконання науково-дослідних робіт та підготовки тез для участі у конференціях загальнонаціонального та міжнародного рівнів.

Тему індивідуального завдання студент обирає з переліку, запропонованого керівником практики. На денній формі навчання тема індивідуального завдання відповідає обраній темі бакалаврської кваліфікаційної роботи, що дає можливість у процесі проходження переддипломної (виробничої) практики додатково зібрати інформацію для написання другого розділу.

4. Підготовка звіту з переддипломної (виробничої) практики та вимоги до його оформлення

Звіт із переддипломної (виробничої) практики є важливим етапом її проведення та важливим елементом виконання науково-дослідних робіт (бакалаврської кваліфікаційної роботи) та підготовки тез для участі у конференціях загальнонаціонального та міжнародного рівнів.

Обсяг текстової частини звіту – до 40 сторінок (не враховуючи додатків), формат шрифту – Times New Roman, кегль 14, міжрядковий інтервал – 1,5.

Звіт містить наступні структурні елементи:

Титульний аркуш

Зміст

Вступ

Розділ 1. Аналіз діяльності суб'єкта підприємництва

(п.3 – п.5 змісту практики)

Розділ 2. Аналіз конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності

(п.6 – п.12 змісту практики)

Розділ 3. Індивідуальне завдання

Висновки

Перелік використаних джерел

Додатки

Структурні елементи: «Титульний аркуш», «Зміст», «Вступ», «Розділи 1, 2...», «Висновки», «Перелік використаних джерел» є обов'язковими.

Титульний аркуш оформлюється за зразком, який наведено у Додатку А.

Зміст розташовують на наступній сторінці. Зміст включає в себе: вступ; назви всіх розділів, підрозділів, пунктів, які послідовно перелічують (якщо вони існують і мають заголовки); висновки; перелік використаних джерел; назви додатків і номери сторінок.

Вступ містить повну інформацію стосовно мети та завдань переддипломної (виробничої) практики. Обсяг вступу – 1-2 сторінки.

У звіті з переддипломної (виробничої) практики інформація подається чітко, без багатозначних тлумачень. Виклад звіту – від першої або третьої особи множини. Розділи нумеруються арабськими цифрами. У межах кожного розділу підрозділи нумеруються таким чином: 1.1, 1.2, нумерація включає номер розділу та порядковий номер підрозділу, між якими ставиться крапка.

Заголовки структурних елементів звіту та заголовки розділів розміщуються посередині рядка й друкуються великими літерами. Крапка у кінці не ставиться. Аналогічно нумеруються пункти, таблиці, графіки.

Складений студентом звіт зшивається або скріплюється та вкладається у папку. Нумерація сторінок у звіті є наскрізною. У правому верхньому куті аркуша проставляються номери сторінок. Титульний аркуш вважається першою сторінкою і включається у загальну нумерацію сторінок звіту. Номери сторінок на титульному аркуші й змісті не ставляться.

Розділи звіту починають з нової сторінки, пункти та підпункти – з абзацу.

Висновки узагальнюють роботу виконану студентом у період переддипломної (виробничої) практики. У них студент відмічає, чи досягнута поставлені мета і виконані завдання переддипломної (виробничої) практики, а також надає конкретні пропозиції щодо удосконалення діяльності суб'єкта підприємницької діяльності - бази практики. Обсяг висновків – 3-4 сторінки.

Перелік використаних джерел може включати нормативно-правові акти, нормативні документи, інструктивні матеріали, власні матеріали суб'єкта підприємницької діяльності, сучасну літературу з питань підприємництва та маркетингу, довідкову

літературу, власні сайти суб'єкта підприємницької діяльності в мережі Internet.

Бібліографічні описи подають одним із двох способів:

1) нумераційний порядок, що передбачає розташування опису джерел у списку в порядку появи посилань на них у тексті звіту;

2) алфавітний порядок розташування джерел, за яким витримується строгий алфавіт заголовків бібліографічного опису (авторів або назв).

Переліки бібліографічних описів можуть бути складені відповідно до ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання», де подано загальні вимоги та правила складання бібліографічних описів.

Кожний додаток починають з нової сторінки. Назву додатку друкують з великої літери й розміщують симетрично відносно тексту сторінки. Над назвою пишуть слово «Додаток ___» і велику букву, що його позначає. Додатки позначаються послідовно буквами українського алфавіту за винятком Г, І, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь. Номери сторінок на додатках не проставляються. У додатках вміщують матеріал, який:

1) є необхідним для повного відображення роботи, але не повинен бути включеним до основної частини звіту, щоб не змінити послідовне, чітке уявлення про роботу;

2) не повинен послідовно йти в основній частині звіту, тому що є великим за обсягом або має специфіку в способах відтворення.

Зазвичай це матеріали, що сприяють більш глибокому розумінню сутності практики та висвітленню набутих компетенцій, а також це може бути наочний матеріал (зразки документів, схеми, фотографії тощо).

Звіт з переддипломної (виробничої) практики оформляється на сторінках аркуша формату А4 білого паперу.

Звіт друкують на одному боці аркуша з додержанням таких розмірів берегів: верхнє, нижнє і лїве – 20 мм, праве – 10 мм.

Матеріали, що додаються до звіту з переддипломної (виробничої) практики згідно переліку додатків, підшиваються (укладаються у папку) після звіту і нумеруються.

Звіт оформляється студентом у період проходження практики. Керівник практики від суб'єкта підприємницької діяльності після перевірки звіту його оцінює; у щоденнику практики дає відгук про роботу студента, його ділові, організаційні, професійні, особисті якості. Потім звіт разом із щоденником передається секретарю навчальної частини для здачі його в архів.

5. Форми і методи контролю

Поточний контроль виконання змісту переддипломної (виробничої) практики проводиться щотижня керівником від кафедри економіки, підприємництва та маркетингу ЧДБК і керівником від суб'єкта підприємницької діяльності-базису практики шляхом перевірки щоденних записів відповідно до календарного плану переддипломної (виробничої) практики у щоденник, рівня освоєння обсягів роботи, а також відповідності фактичних і встановлених термінів виконання завдань практики.

Підсумковий контроль проводиться з метою забезпечення якості підготовки звіту з переддипломної (виробничої) практики. Наприкінці практики керівник практики від ЧДБК проводить консультацію для студентів за всіма розділами змісту практики.

Після закінчення переддипломної (виробничої) практики студенти звітують про виконання завдань, що визначені її змістом. Кожний студент надає керівнику практики від коледжу звіт та щоденник практики.

У звіті відображаються відомості про те, що студентом виконано завдання усіх розділів, визначені змістом переддипломної (виробничої) практики та індивідуального завдання, надані висновки та пропозиції, вказано список використаних джерел. Оформлення звіту виконується відповідно загальних вимог, що визначаються стандартом для оформлення текстових документів.

Впорядкування звіту передбачає уникнення буквального переписування даних з матеріалів, наданих суб'єктом підприємницької діяльності-базою переддипломної (виробничої) практики (законів та інших нормативних матеріалів, установчих документів суб'єкта підприємницької діяльності, його історії, положень про організацію та структурні підрозділи, схем, таблиць тощо), що входять у додатки звіту, а також цитування рекомендованих та інших джерел.

У щоденнику розміщується відгук керівника від суб'єкта підприємницької діяльності про проходження практики,

завірений підписом і печаткою. У тому разі, якщо суб'єкт підприємницької діяльності працює без печатки, студентом надаються документи, що засвідчують державну реєстрацію даного суб'єкта підприємницької діяльності.

Завідувач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу після проходження практики визначає дату захисту звіту. Студент захищає звіт з переддипломної (виробничої) практики перед керівником практики.

За результатами захисту студент отримує оцінку, що визначається за 100-бальною шкалою та шкалою ECTS, які фіксуються на титульному аркуші звіту, у щоденнику та відомості кафедри економіки, підприємництва та маркетингу.

Критерієм ефективності проходження переддипломної (виробничої) практики є практичне засвоєння знань, набуття компетенцій, передбачених освітньою нормативною документацією.

Після того як звіт було захищено, він передається на зберігання до архіву.

Якщо студент із поважних причин не виконав програму переддипломної (виробничої) практики, йому може бути надано право при виконанні умов, визначених коледжем, на повторне проходження практики. У разі негативної оцінки поданих матеріалів за результатами практики студента відраховують із Черкаського державного бізнес-коледжу.

6. Критерії оцінки якості практичної підготовки студентів

Захист звіту з переддипломної (виробничої) практики оцінюється за 100-бальною системою та шкалою ECTS. Відповідність результатів захисту звіту з переддипломної (виробничої) практики за різними шкалами і критерії оцінювання відображено у табл. 11.

Таблиця 11

Таблиця відповідності результатів захисту звіту переддипломної (виробничої) практики за різними шкалами та критерії оцінювання

Кількість набраних балів	Оцінка за шкалою ECTS	Критерії оцінювання практики
1	2	3
90-100	A	Студент у повному обсязі виконав завдання, передбачені змістом практики; звіт відповідає вимогам до його оформлення за обсягом, структурою та змістом; студент робить цікаві самостійні висновки і розрахунки, аргументує їх; під час захисту звіту студент дає кваліфіковані відповіді на поставлені питання, підтверджуючи набуття ним практичних навичок і вмій.
80-89	B	Студент у повному обсязі виконав завдання, передбачені змістом практики; звіт відповідає вимогам до його оформлення за обсягом, структурою, та змістом; достатньо вираженими та обґрунтованими є основні положення звіту, однак у послідовності викладення матеріалів звіту є незначні порушення; достатній рівень зовнішнього оформлення; у процесі захисту звіту студент виявляє необхідні практичні уміння та навички.

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

Методичні рекомендації щодо проходження переддипломної (виробничої) практики

Продовження табл. 11

1	2	3
70-79	C	Студент у повному обсязі виконав завдання, передбачені змістом практики; звіт відповідає вимогам до його оформлення за обсягом, структурою, та змістом, але у звіті наявні незначні недоліки; обґрунтованими є основні положення звіту; зовнішнє оформлення звіту задовільне; під час захисту звіту студент недостатньо ґрунтовно дає відповіді на окремі питання, але в цілому виявляє знання предмета дослідження на практиці і сам виправляє недоліки, що спостерігаються при захисті.
65-69	D	Студент у повному обсязі виконав завдання, передбачені змістом практики; в цілому звіт відповідає вимогам до його оформлення, однак має незначні недоліки за структурою та змістом, незначний (надмірний) обсяг звіту, основні положення у звіті недостатньо розгорнуті та обґрунтовані, є порушення у послідовності їх викладення; якість оформлення звіту задовільна; захист звіту відбувається з незначними недоліками, студент усуває їх за допомогою викладача.
60-64	E	Студент у повному обсязі виконав завдання, передбачені змістом практики; звіт має незначні недоліки за структурою та змістом, незначний (надмірний) обсяг звіту, недостатньо обґрунтованими є основні положення звіту, є порушення у послідовності їх викладення; задовільною є якість зовнішнього оформлення звіту; під час захисту звіту студент не в змозі в повній мірі виявити необхідні практичні навички.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. URL: <https://buhgalter911.com/uk/normativnaya-baza/instr-plan-rah/standart-buhgalterskogo/nacionalyne-pologhennya-standartu-1021081.html> (дата звернення: 15.04.2021).
2. Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України: затв. наказом Міністерства освіти України від 08.04.93 р. № 93. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0035-93#Text> (дата звернення: 26.12.2020).
3. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. Київ: Основи, 1998. 390 с.
4. Порядок укладення договору про стажування студентів вищих та учнів професійно-технічних навчальних закладів на підприємствах, в установах та організаціях і Типова форма договору про стажування студентів вищих та учнів професійно-технічних навчальних закладів на підприємствах, в установах та організаціях: затв. постановою Кабінету Міністрів України від 16 січня 2013 р. № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/20-2013-%D0%BF#Text> (дата звернення: 26.12.2020).
5. Про затвердження форм податкових декларацій платника єдиного податку: наказ Міністерства фінансів України від 19.06.2015 р. № 578. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0799-15#Text> (дата звернення: 22.04.2021).
6. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: затв. наказом МОН від 05.12.2018 р. № 1343 URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha->

[osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf](https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf) (дата звернення: 26.12.2020).

7. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: затв. наказом МОН від 13.11.2018 р. № 1243. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/076-pidpriemnitstvo-torgivlya-ta-birzhova-diyalnist-bakalavr.pdf> (дата звернення: 26.12.2020).

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л.В. Маркетинг. Вид. 2-ге, перероб. і допов. Київ, 2014. 645 с.
2. Василькова Н.В., Дугіна С.І. Маркетингове ціноутворення. Практикум: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2015. 133 с.
3. Герасимчук С.С. Маркетинг. Київ, 2014. 712 с.
4. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит: Навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2017. 357с
5. Дугіна С.І., Василькова Н.В. Маркетингове ціноутворення: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2013. 547 с.
6. Євдокимов Ф.І., Гавва. В.М. Азбука маркетингу: навч. посіб. Вид. 3-є, переробл. і доповн. Донецьк, 2018. 432 с.
7. Котлер Ф., Триас де Без Ф. Новые маркетинговые технологии: Методики создания гениальных идей / пер. с англ. Т.В. Виноградова, Л.Л. Царук. Санкт-Петербург, 2014. 190 с.
8. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ: КНЕУ, 2012. 523 с.
9. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 201 с.
10. Примак Т.О., Ткачук О. В. PR у бізнесі: практикум. Київ: КНЕУ, 2013. 202 с.
11. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996р. № 236/96-ВР. Дата оновлення: 16.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>. (дата звернення: 20.11.20).
12. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 № 2210-III. Дата оновлення: 13.02.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>. (дата звернення: 20.11.20).
13. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996р. № 270/96-ВР. Дата оновлення: 13.08.2020. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96->

[%D0%B2%D1%80#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text). (дата звернення: 20.11.20).

14. Сєвонькаєва О. О. Маркетингові комунікації: підручник. Київ: КНЕУ, 2014. 344 с.

Додаток А

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ
Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

ЗВІТ
про проходження переддипломної (виробничої)
практики

(назва суб'єкта підприємницької діяльності-базис практики з вказівкою його підпорядкування)

Керівник від суб'єкта
підприємницької діяльності
-базис практики

Виконав(ла):
студент(ка) групи _____
курсу _____
спеціальність _____

(Прізвище та ініціали)
(Посада)

Керівник практики від коледжу

(Підпис)
Печатка

(Підпис) (Прізвище та ініціали)

ПРО УКЛАДАЧА

Хлебнікова Наталія Борисівна – к.т.н., доцент Черкаського державного бізнес-коледжу з 2018 р. Закінчила Полтавський кооперативний інститут (1983), захистила кандидатську дисертацію у Львівській комерційній академії за спеціальністю «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» (2015).

Секретар підкомісії 075 «Маркетинг» Науково-методичної комісії з бізнесу, управління та сервісу сектору фахової передвищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України.

Є автором 2 деклараційних патентів на корисну модель, 29 наукових праць, з яких 14 у наукових фахових виданнях, у т.ч. 3 у БД Scopus.

Навчальне видання

Хлебнікова Наталія Борисівна

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
щодо проходження переддипломної
(виробничої) практики

Підписано до друку ____ _____ 2021 р. Формат 60x84¹/₁₆

Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.

Друк офсетний

Умов. друк. арк. 1,3. Зам. № 303

За довідками з питань реалізації
звертатися за тел. (0472) 64-05-15