

ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

 Наталія КИРИЧЕНКО

«24» жовтня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 38. НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА

(назва навчальної дисципліни)

освітній рівень	<u>перший (бакалаврський)</u> (бакалавр, магістр)
спеціальність	<u>075 Маркетинг</u> (шифр і назва спеціальності)
спеціалізація (ОПП)	<u>«Маркетинг»</u> (назва освітньо-професійної програми)
факультет	<u>Економічний</u> (назва факультету)

2024 – 2025 навчальний рік

Робоча програма **Навчальної практики (ОК 38)**

(назва навчальної дисципліни)

для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг», спеціальність 075 Маркетинг.

Розробники:

Ігор Олійник ,доцент кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій , к..е.н., доцент

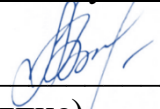
Наталя Кириченко, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій , к.е.н, доцент

Ганна Димова , доцент кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій , к.т.н, доцент

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій

Протокол від « 15 » жовтня 2024 року № 2а

Завідувач кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій



(підпис)

Ганна ЖОСАН

(прізвище та ініціали)

« 15 » жовтня 2024 року

Схвалено методичною комісією економічного факультету

Протокол № 3 від «24» жовтня 2024 року

Затверджено на вченій раді економічного факультету

Протокол № 3 від «24» жовтня 2024 року

© Ігор ОЛІЙНИК, 2024

© Наталя КИРИЧЕНКО, 2024 рік

© Ганна ДИМОВА, 2024 рік

З М І С Т

Стор.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ПРОГРАМА ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОВЕДЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	5
3. МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА КОНТРОЛЮ ПІД ЧАС ПРОХОДЖЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ	13
4. СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	15

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (напрямок підготовки), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма
Кількість кредитів – 3,0	Галузь знань 07 Управління та адміністрування (шифр і назва)	Обов’язкова компонента ОК 38	
Змістових частин – 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	Рік підготовки:	
Індивідуальне науково-дослідне завдання <u>звіт/презентація</u> (назва)		2-й	-
Загальна кількість годин – 90 год.		Семестр	
	Освітній рівень: перший (бакалаврський)	4-й	-
		год. -	год. -
		Самостійна робота	
		90 год.	-
		Індивідуальні завдання:	
		год.-	год.-
		Вид контролю: залік	

ПРОГРАМА ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОВЕДЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Навчальна практика є наступним після практичних занять етапом, що забезпечує перехід від теоретичного навчання до професійної діяльності здобувачів вищої освіти.

Метою навчальної практики є ознайомлення здобувачів зі специфікою майбутнього фаху, отримання первинних професійних умінь і навичок із загально- професійних та спеціальних дисциплін, формування компетентностей згідно з вимогами освітнього стандарту або програми.

Метою проходження практики здобувачів спеціальності 075 Маркетинг є поглиблення теоретичних знань здобувачів вищої освіти в галузі маркетингу, оволодіння навичками практичної роботи в маркетинговій діяльності .

РОБОЧИЙ ПЛАН ПРОВЕДЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОГО ФАКУЛЬТЕТУ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ: МАРКЕТИНГ

№ п/п	Назва практики	Курс	Семестр	Терміни проведення	Тривалість практики	
					Кількість годин, всього	Кількість кредитів
1.	Навчальна практика з комп'ютерного дизайну та розробки брендбуку	2	4	19.05.25 – 30.05.25	90	3

ДРУГИЙ РІК НАВЧАННЯ ПЕРШОГО «БАКАЛАВРСЬКОГО» РІВНЯ

1 НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА З КОМП'ЮТЕРНОГО ДИЗАЙНУ ТА РОЗРОБКИ БРЕНДБУКУ

Термін проведення – 4 семестр

Тривалість – 90 годин, 3 кредити

1. Цілі і завдання навчальної практики

Метою навчальної практики з комп'ютерного дизайну та розробки брендбуку є закріплення теоретичних знань про методи та основні завдання вивчення ринку, способи досягнення необхідного рівня задоволення потреб через використання інструментів маркетингу, формування товарної та цінової політики підприємства, розробку комплексу просування продукції на основі сучасних інформаційних технологій.

Завдання навчальної практики: опанування основних понять і категорій маркетингової діяльності підприємництва; набуття практичних навичок використання базових інструментів здійснення маркетингової діяльності; набуття практичних навичок проведення сегментування ринку та вибору цільових сегментів; опанування основних етапів розроблення комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політик; вивчення основних умов стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу.

Пройходження навчальної практики сприяє формування у здобувачів вищої освіти здатності до проведення досліджень на відповідному рівні; навичок використання інформаційних і комунікаційних технологій; здатності використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

Після проходження навчальної практики, здобувач освіти повинен оволодіти фундаментальними принципами маркетингу та прикладними навичками для виконання маркетингових завдань, включаючи уміння застосовувати теоретичні знання в практичних завданнях, аналізувати інформацію, розраховувати маркетингові показники та обґрунтовувати управлінські рішення, а також розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

Здобувач освіти також має вміти використовувати цифрові технології та програмні продукти для успішного здійснення маркетингових завдань, а також розвивати навички самостійної роботи, гнучкого та критичного мислення. Крім того, важливим є розуміння та вміння застосовувати принципи брендингу для ефективного управління іміджем та сприяння успішній адаптації до змін у маркетинговому середовищі.

Результатом проходження навчальної практики з комп'ютерного дизайну та розробки брендбуку за ОПП «Маркетинг» є набуття здобувачем освіти таких компетентностей:

Загальні компетентності (ЗК)	ІК. 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. ЗК 04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК 06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК 08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК 09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК 15. Здатність застосовувати сучасні цифрові технології аналізу, обробки та моделювання маркетингових досліджень. ФК 16. Здатність враховувати специфіку застосування рекламних засобів, PR- та бренд-технологій у процесі формування фірмового стилю підприємств.
Програмні результати навчання (ПРН)	
Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти

	прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН 19. Застосовувати методичний інструментарій для проведення та оцінки ефективності маркетингових засобів підприємств аграрного сектору. ПРН 20. Вміти використовувати новітні, креативні медіатехнології, здійснювати контроль за якістю рекламних компаній, демонструвати здатність щодо оцінки цільової аудиторії розробки бюджету рекламної компанії та оцінки її ефективності.
--	---

2. Організація проходження навчальної практики з комп'ютерного дизайну та розробки брендбуку

Навчальна практика з комп'ютерного дизайну та розробки брендбуку проводиться відповідно до Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти в Університеті на базі кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій, яка забезпечує науково-методичне керівництво та виконання програми навчальної практики. Терміни проведення практики визначаються графіком освітнього процесу. Керівництво практикою здійснює викладач, що приймав безпосередню участь у підготовці здобувачів вищої освіти, які проходять навчальну практику.

Всі організаційні заходи щодо проведення і забезпечення навчальної практики здійснює її керівник від кафедри: інструктаж про проходження практики, інструктаж про охорону праці і техніку безпеки з обов'язковим підписом у спеціальному журналі, надання відповідних документів (щоденника, календарного плану, програми практики), інформацію про систему звітування після проходження практики. Крім того, керівник від кафедри відповідає за надання здобувачам освіти інформації про систему звітування після завершення практики, допомагає в їхній підготовці до звітів та оцінює отримані результати. Він грає важливу роль у забезпеченні належної організації, контролю та успішного завершення навчальної практики для здобувачів освіти.

Викладач-керівник практики від кафедри:

- за дорученням завідувача кафедри приймає участь у розробці наскрізної програми практики й доопрацьовує її за необхідності. На основі наскрізної програми щорічно бере участь у розробці робочих програм практики;
- здійснює контроль за виконанням програми практики та строками її проведення;

- надає методичну допомогу здобувачам вищої освіти під час виконання ними індивідуальних завдань і збору матеріалів до написання роботи;
- проводить обов'язкові консультації щодо обробки зібраного матеріалу та його використання для звіту про практику;
- інформує здобувачів вищої освіти про порядок надання звітів про практику;
- аналізує виконання програм практики й доповідає про її підсумки на засіданнях кафедри;
- приймає захист звітів здобувачів вищої освіти про практику у складі комісії, на підставі чого оцінює результати практики здобувачів вищої освіти, атестує їх і виставляє оцінки у індивідуальні плани (залікові книжки) здобувачів;
- здає звіти здобувачів вищої освіти про практику на кафедру.

На період воєнного стану в Україні на підставі листа Міністерства освіти і науки України № 1/3277-22 від 25.02.2022 «Про організацію освітнього процесу», наказу Міністерства освіти і науки України № 265 від 21.03.2022 «Про проведення атестації випускників закладів фахової передвищої, вищої освіти» та результатів нарад Міністерства освіти і науки України з керівництвом закладів вищої освіти від 15.03.2022, 18.03.2022, 22.03.2022 передбачена можливість проходження практики як в офлайн, так і в дистанційному форматі.

Здобувачі вищої освіти Університету при проходженні практик зобов'язані:

- до початку практики отримати від відповідального за практичну підготовку від кафедри направлення, методичні матеріали (методичні вказівки, програму, щоденник, індивідуальне завдання) та консультації щодо оформлення всіх необхідних документів;
- у випадку проходження практики офлайн своєчасно прибути на базу практики та дотримуватись правил охорони праці, техніки безпеки і виробничої санітарії та внутрішнього розпорядку;
- при дистанційній формі, за якої організація практичного навчання здійснюється з використанням соціальних месенджерів Viber, Telegram, WhatsApp та за допомогою платформ Zoom, Skype, Google Meet, а також електронного листування, Google Classroom тощо, здобувачі освіти зобов'язані постійно виходити на аудіо та відеозв'язок з керівниками практик та своєчасно повідомляти керівників про технічні проблеми (відсутність Internet тощо), які заважають своєчасному виконанню завдань практики, для чого до початку практики необхідно надати всі діючі телефонні номери, електронну адресу та інші контакти викладачу-керівнику для забезпечення зворотного зв'язку;
- здобувач повинен у повному обсязі виконувати всі завдання, передбачені програмою практики та вказівками її керівників;
- виконане завдання, у вигляді слайдової презентації (Microsoft Office Power Point або іншої програми), надіслати у відповідний вебсервіс.
- нести відповідальність за виконану роботу та її результати і показувати приклад свідомого і сумлінного ставлення до праці;
- своєчасно оформити та захистити звіт з практики.

Здобувачі вищої освіти – практиканти при проходженні навчальної практики з комп'ютерного дизайну та розробки брендбуку мають право:

- на методичне та організаційне забезпечення практики від Університету;

- на консультативну допомогу від керівників практики.

Після завершення проходження навчальної практики з комп'ютерного дизайну та розробки брендбуку здобувач вищої освіти зобов'язаний:

- належним чином оформити звіт про проходження навчальної практики;
- здати звіт разом з необхідними оформленими документами та щоденник керівникові практики від кафедри на перевірку;
- отримати консультації у керівника щодо обробки зібраного під час практики матеріалу;
- у призначений керівником практики від кафедри день захистити звіт про проходження практики.

3. Зміст навчальної практики з комп'ютерного дизайну та розробки брендбуку

Програма навчальної практики передбачає певну кількість годин, відведених на практичне засвоєння питань кожної теми.

Тематичний план навчальної практики

<i>№ з/п</i>	<i>Назва розділу</i>	<i>Кількість годин</i>
1.	Сутність та визначення маркетингу (тренінг)	10
2.	Технічні засоби та системне забезпечення реалізації інформаційних процесів	10
3.	Програмні засоби роботи зі структурованими документами	10
4.	Програмні засоби роботи з базами даних (БД)	10
5.	Загальні відомості про дизайн та комп'ютерну графіку	10
6.	Застосування мережі Internet в економіці та бізнесі. Мережеві технології	10
7.	Комунікації в маркетингу. Методологічні та методичні основи сучасного брендингу	10
8.	Маркетингові інструменти просування бренду	10
9.	Висновки	5
10.	Оформлення і захист звіту з практики (брендбуку)	5
	РАЗОМ	90

Тема 1. Сутність та визначення маркетингу (тренінг)

Для ознайомлення з основами маркетингової діяльності необхідно визначити суть та роль маркетингу в Україні у сучасних ринкових умовах, описати види маркетингу та їх особливості у регіоні (привести приклади), описати основні маркетингові концепції та їх використання вітчизняними підприємствами (привести приклади), проаналізувати складові комплексу маркетингу, описати принципи створення відділу маркетингу, Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на навчальній практиці: в електронному варіанті представити теоретичний матеріал (у вигляді тексту, рисунків та таблиць; термінів не більше 10 сторінок).

Тема 2. Технічні засоби та системне забезпечення реалізації інформаційних процесів

Використання інформаційних технологій у діяльності підприємства. Приклади апаратно-ресурсного забезпечення інформаційних технологій. Проведення характеристики системного та прикладного програмного забезпечення, технічного забезпечення для збору, зберігання, оброблення, аналізу, передачі інформації, які використовуються у діяльності підприємства.

Тема 3. Програмні засоби роботи зі структурованими документами

Документування професійної діяльності та приклади ведення системи організаційно-розпорядчої документації у діяльності підприємств. Проведення класифікації документів за призначенням. Підготовка текстових, табличних та інших видів документів засобами програмного пакету Office. Використання вільного програмного забезпечення Open Office в економічних задачах. Практичне застосування інструментарію текстового процесора Word для створення комплексних фінансово-економічних документів. Створення шаблонів ділових паперів. Технології застосування табличного процесора Excel для обробки фахової (економічної) інформації. Організація баз даних в Excel. Групування, сортування і відбір даних за допомогою фільтрів. Робота з даними із використанням підпрограм-надбудов.

Тема 4. Програмні засоби роботи з базами даних (БД)

Застосування на практиці сучасних моделей БД. Проектування БД предметної області. Застосування можливостей СУБД Microsoft Access для розробки та ведення інформаційної бази даних малого підприємства. Основні об'єкти у базах даних Access. Технологія створення нової бази даних у Ms Access. Організація збереження інформації в таблицях БД Access: поняття про поле, запис, властивості поля. Поняття про зв'язок; типи зв'язку між таблицями в базі даних Access, технологія створення інформаційних зв'язків між об'єктами БД. Створення схеми даних. Використання запитів для обробки економічної інформації. Екранні форми, їх призначення та побудова. Типи та режими створення форм. Інтерфейс та структура діалогового вікна для створення і редагування макету форм. Алгоритм створення та використання звітів.

Тема 5. Загальні відомості про дизайн та комп'ютерну графіку

Призначення, можливості та сфери застосування комп'ютерної графіки. Поняття векторної та растрової графіки, їх порівняння. Параметри растрових і векторних зображень. Растрова і векторна графіка, їх особливості. Поширені формати графічних файлів, їхні переваги, недоліки та сфери застосування. Інтерфейс програми CorelDraw. Огляд панелі інструментів. Створення векторних об'єктів: простих фігур, ліній, автофігур. Створення рисунків з кривих ліній і ламаних. Впорядкування, вирівнювання та об'єднання об'єктів. Застосування до об'єктів ефектів об'ємності й перетікання. Редагування зображень. Виділення об'єктів. Зміна масштабу. Переміщення, копіювання та вилучення об'єктів. Колір контуру та заливання об'єкта. Групування об'єктів. Робота з текстом. Художній та простий текст. Зміна форми об'єктів. Трансформація довільних кривих. Редагування контуру і заливання. Товщина контуру, стиль лінії. Однорідне і градієнтне заливання. Заливання за допомогою узорів, текстури. Інтерактивне заливання. Вставлення малюнків. Основні поняття про тривимірну графіку. Принципи створення тривимірних зображень. Типи програм та їх призначення.

Об'ємні деформації і допоміжні об'єкти. Моделювання. Анімація. Візуалізація. Спецефекти.

Тема 6. Застосування мережі Internet в економіці та бізнесі. Мережеві технології

Internet як глобальний електронний ринок. Основні поняття цифрової економіки. Використання платіжних систем. Електронна комерція. Маркетинг і реклама в Internet. Проведення бізнес-конференцій в Інтернет. Спілкування в режимі On-line. Питання захисту інформації в інформаційному суспільстві. Інформаційна безпека. Апаратні та програмні засоби захисту інформації. Законодавство щодо захисту електронних документів. Антивірусне програмне забезпечення. Методи захисту локальних мереж від несанкціонованого доступу. Побудова глобальної комп'ютерної мережі. Використання основних компонентів Інтернету: хости, сервери, клієнти та ін. Поняття про протоколи передачі даних та систему адресації та навігації в мережі Internet. Призначення та принципи функціонування протоколу роботи з гіпертекстовими документами HTTP. Короткий огляд популярних веб-браузерів.

Тема 7. Комунікації в маркетингу. Методологічні та методичні основи сучасного брендингу

Проведення алгоритму планування комплексу маркетингових комунікацій і характеристика його основних етапів. Визначення цільової аудиторії. Створення рекламного звернення. Планування рекламних заходів. Стимулювання продаж. Прямий маркетинг, його різновиди. Зв'язки з громадськістю. Додаткові засоби комплексу маркетингових комунікацій: виставки та ярмарки, спонсорство і меценатство, продукт-плейсмент, інтегровані маркетингові комунікації в місці продажу. Брендинг в структурі маркетингових комунікацій. Групи авторів бренду. Бренд-агенти. Бренд-бук, кат-гайд, лого-бук. Стратегія брендингу. Тактика брендингу. Ключові персони брендингових процесів.

Тема 8. Маркетингові інструменти просування бренду

Розробка та легітимізація профільних документів. Структура та практичне застосування бренд-буку. Розробка та практичне використання планів промоції брендів. Специфікація та функціональні обов'язки профільних менеджерів та ТОП-менеджерів в брендингу. Практичні приклади реалізації кампаній із створення та промоції брендів. Розробка маркетингових стратегій для певного підприємства (стратегії проникнення на ринок із новим товаром; стратегії продукту: диференціація, лідерство по повних витратах, спеціалізація, диверсифікованість, розширення галузей використання продукту). Послідовність розробки плану маркетингу. Розробка бюджету маркетингу. Визначення ефективності маркетингу.

Зміст звіту з навчальної практики

Форма і зміст звітності здобувачів вищої освіти про проходження навчальної практики визначається наскрізною програмою та робочою програмою практики. Загальна форма звіту про виконання програми практики здобувача – це

оформлений щоденник практики з характеристикою й оцінкою його роботи під час проходження практики, звіт щодо проходження практики (брендбук) та інші необхідні документи.

Здобувач вищої освіти захищає оформлений відповідним чином звіт з навчальної практики викладачеві, відповідальному за її проведення. Оцінювання результатів практики здійснюється за національною шкалою та шкалою ECTS.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА КОНТРОЛЮ ПІД ЧАС НАВЧАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

1. Методи навчання

Навчальна практика спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачами, які проводять імітаційні експерименти чи дослідження з метою практичного підтвердження окремих теоретичних положень, набувають практичних навичок роботи з комп'ютерною технікою та інформаційними технологіями, опановують методики експериментальних досліджень у конкретній предметній галузі та обробки отриманих результатів.

Методи навчання:

1. Репродуктивний метод – розв'язування задач вивченого матеріалу на основі зразка або правила. Діяльність здобувачів вищої освіти є алгоритмічною, тобто відповідає інструкціям та правилам – розв'язок задач виконується аналогічно до представленого зразка.

2. Частково-пошуковий, або евристичний метод. Його суть - в організації активного пошуку розв'язання окремих задач під керівництвом викладача і його вказівок. Евристична бесіда - перевірений спосіб активізації мислення, спонукання до пізнання.

3. Дослідницький метод. Після аналізу матеріалу, постановки задачі та короткого усного або письмового інструктажу здобувачі вищої освіти самостійно розв'язують задачі за темами практичних занять дисципліни.

2. Методи контролю

Контроль знань здобувачів освіти з навчальної практики здійснюється в усній формі та у формі звіту. Усі форми контролю включені до 100-бальної шкали оцінювання.

Метою контролю є виявлення та усунення недоліків і надання допомоги здобувачам вищої освіти у виконанні програми початкової практики. На кожному етапі контролю застосовуються такі методи.

Попередній контроль здійснюється до проходження практики, під час інструктажу, під час якого пояснюються цілі практики, порядок її проходження, форма звітування, а також під час видачі щоденників і програми практики.

Поточний контроль здійснюється протягом періоду проведення практики, а також під час бесід зі здобувачами у дні, встановлені кафедрою для консультування.

Підсумковий контроль відбувається під час захисту звіту про виконання програми навчальної практики.

1. Розподіл балів, які отримують здобувач освіти

Оцінка за навчальну практику включає оцінку згідно таких параметрів: виконання програми практики (дотримання графіку проходження практики та оформлення результатів) – до 60 балів включно; засвоєння програми навчальної практики шляхом диференційованої оцінки – до 40 балів включно. Перелік параметрів оцінювання в розрізі видів практики доводиться до відома здобувачів вищої освіти під час настановного інструктажу перед початком практики. Розподіл балів оцінювання навчальної практики «Інформаційні технології» наведено в табл. 2.

Таблиця 2 - Розподіл балів оцінювання Навчальної практики

Параметр оцінки (рекомендований діапазон оцінки в балах)	Результат оцінювання
Проходження програми практики, в тому числі	0-60
Тема 1. Сутність та визначення маркетингу (тренінг)	0-6
Тема 2. Технічні засоби та системне забезпечення реалізації інформаційних процесів	0-6
Тема 3. Програмні засоби роботи зі структурованими документами	0-8
Тема 4. Програмні засоби роботи з базами даних (БД)	0-8
Тема 5. Загальні відомості про дизайн та комп'ютерну графіку	0-10
Тема 6. Застосування мережі Internet в економіці та бізнесі. Мережеві технології	0-8
Тема 7. Комунікації в маркетингу. Методологічні та методичні основи сучасного брендингу	0-6
Тема 8. Маркетингові інструменти просування бренду	0-8
Оформлення і захист звіту з навчальної практики	0-40
Підсумкова оцінка: кількість балів за шкалою ЄКТС	0-100

Результати навчальної практики оцінюються за такими критеріями:

5 балів – здобувач вищої освіти виконав основні завдання навчальної практики та індивідуальне завдання, зробив висновки з урахування причинно-наслідкових зв'язків перебігу явищ (процесів), при цьому показав вміння аналізувати, порівнювати, узагальнювати, абстрагувати і конкретизувати, класифікувати і систематизувати матеріали, продемонстрував творчий підхід.

4 бали – здобувач вищої освіти виконав основні завдання практики, зробив висновки з урахування причинно-наслідкових зв'язків і механізмів (алгоритмів) перебігу явищ (процесів), при цьому достатньо проявив отримані вміння та навички щодо роботи з документацією та інформацією.

3 бали – здобувач вищої освіти виконав основні завдання практики, але зроблені висновки без урахування причинно-наслідкових зв'язків і механізмів (алгоритмів) перебігу явищ (процесів), при цьому не достатньо проявив отримані вміння та навички щодо роботи з документацією та інформацією.

2 бали – здобувач вищої освіти під час проходження навчальної практики порушував трудову та виконавчу дисципліну; не виконував програми практики; не підготував щоденник практики; отримав негативний відгук; статистична

обробка даних відсутня.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	зараховано
82 – 89	B	
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	
35 – 59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Рекомендована література

Основна

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури. 2019. 612 с.
2. Буйницька О.П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 240 с.
3. Вдовічена О. Г. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу : особливості та перспективи впровадження в Україні / О. Г. Вдовічена, О. М. Дюгованець, І. В. Чернова // Інвестиції : практика та досвід : наук.-практ. журн. – 2022. – № 2. – С. 81–87. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/handle/123456789/782>
4. Єгорченков О.В., Єгорченкова Н.Ю., Кубявка Л.Б. Інформаційні технології управління проектами: навчальний посібник. К.: ВПЦ «Київський університет», 2017. 79 с.
5. Інструктивно-методичні матеріали до лабораторних та практичних занять з навчальної дисципліни «Економічна інформатика» для здобувачів вищої освіти підготовки бакалаврів спеціальностей економічного факультету./ Укладач: Димова Г.О. Херсон: ХДАУ, 2020. 66 с.
6. Коломієць Г.М., Єщенко Є.О., Меленцова О.В. (2018). Мережеві спільноти електронного простору – глобальний наратив сучасного господарства: монографія. Харків: Вид-во Іванченка І.С. 132 с.
7. Конспект лекцій з дисципліни «Інформаційні системи та технології» для здобувачів вищої освіти підготовки бакалаврів спеціальностей економічного факультету/ Укладач: Димова Г.О. Херсон: ХДАЕУ, 2021. 353 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер. – К, КМБукс. – 2018 с.
9. Макарова М.В., Гаркуша С.В., Білоусько Т.М., Гаркуша О.В. Економічна інформатика: підручник. К.: Університетська книга, 2017. 480 с.
10. Методичні рекомендації до лабораторних занять з навчальної дисципліни «Інформаційні системи та технології» для здобувачів вищої освіти підготовки

бакалаврів спеціальностей економічного факультету / Укладач: Димова Г.О. Херсон: ХДАЕУ, 2021. 195 с.

11. Методичні рекомендації до практичних занять з навчальної дисципліни «Інформаційні системи та технології» для здобувачів вищої освіти підготовки бакалаврів спеціальностей економічного факультету./ Укладач: Димова Г.О. Херсон: ХДАЕУ, 2022. 260 с.

12. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

13. Павлиш В.А., Гліненко Л.К., Шаховська Н.Б. Основи інформаційних технологій і систем. Львів: Львівська політехніка, 2018. 620 с.

14. Технології інформаційного менеджменту: курс лекцій для здобувачів освітніх спеціальностей 014.09 Середня освіта (Інформатика) та 113 Прикладна математика Луцьк: Вежа-друк, 2022. <http://surl.li/erzjz> .

15. Цифрова економіка. Криптовалюти: навчальний посібник / Кирилов Ю.Є., Грановська В.Г., Крикунова В.М., Жосан Г.В., Бойко В.О. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. – 228 с.

16. Jurado-González, J., & Gómez-Barroso, J. L. (2022). Economic complexity and Information Society paradigms: a hybrid contribution to explain economic growth. *Technological and Economic Development of Economy*, 28(6), 1871–1896. <https://doi.org/10.3846/tede.2022.17104>

17. Bahrini, R., & Qaffas, A. A. (2019). Impact of information and communication technology on economic growth: Evidence from developing countries. *Economies*, 7(1), 21–34. <https://doi.org/10.3390/economies7010021>

18. Boleti, E., Garas, A., Kyriakou, A., & Lapatinas, A. (2021). Economic complexity and environmental performance: Evidence from a world sample. *Environmental Modeling & Assessment*, 26, 251–270. <https://doi.org/10.1007/s10666-021-09750-0>

Додаткова

1. Zhosan G. Soft Decoding Method for Turbo-Productive Codes / A. Kuznetsov, A. Kiian, V. Babenko, O. Smirnov, G. Zhosan, D. Pro-kopovych-Tkachenko // International Conference on Advanced Information and Communications Technologies (AICT). – 2-6 July 2019. Iviv. Available from: <http://surl.li/erzkd> (Індексція в Scopus)

2. Kyrylov Y., Hranovska V., Zhosan H. Formation of the national competitive model of agricultural enterprises development under the conditions of globalization. *Bulletin of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan*. Volume 2, Number 390 (2021), pp. 81-89. <http://surl.li/erzki> (Web of Science)

3. Olha Garafonova, Hanna Zhosan, Viktoriia Marhasova, Nataliia Tkalenko, Kateryna Trukhachova. Matrix method of competitive analysis of the results of economic activity of hospitality enterprises in the conditions of strategization and digital transformation. "Management theory and studies for rural business and infrastructure development volume 43 issue 2 page 237-248, 2021 (Web of Science)

4. Givi BEDIANASHVILI, Hanna ZHOSAN, Sergiy LAVRENKO. Modern digitalization trends of Georgia and Ukraine. Published in Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and rural development", Vol. 22 ISSUE 3, 2022 <http://surl.li/erzko> (Web of Science)

5. Todoshchuk, A., Motorniuk, U., Skliaruk, T., Oliinyk, I., Kornieieva, T. Modelling Information Systems for Personnel Management: Navigating Economic Security in the Transition to Industry 5.0. *Ingenierie des Systemes d'Information*, 28(3), 2023, pp. 595-601, URL: <https://iieta.org/journals/isi/paper/10.18280/isi.280307>

6. Боліла, С. (2023). Роль інформаційних технологій та цифрових інструментів в умовах викликів війни та післявоєнного відновлення економіки України. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023, (16), 265-275. URL: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.35>

7. Зайцева О. І., Жосан Г. В. Оцінювання операційної ефективності в контексті удосконалення управління бізнес-процесами. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Сер. Економічні науки*. 2019. № 1(39). С. 125-132.

8. Жосан Г. В. Стан розвитку діджиталізації в Україні. Економічний аналіз. 2020 рік. Том 30. № 1. Частина 2. С. 44-52. <http://surl.li/erzks>

9. Жосан Г. В. Розвиток діджиталізації бізнесу в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. URL: <http://surl.li/erzkt>

10. Жосан, Г. В., Кириченко, Н. В. (2022). Управління цифровізацією бізнес-процесів діяльності підприємства. *Economic synergy*. 2022 (4), 82–91. URL: <https://doi.org/10.53920/ES-2022-4-6>

11. Кирилов, Ю., Крикунова, В., Жосан, Г. (2020). Брендинг території як інструмент стимулювання молодіжного підприємництва. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2020, (4), 94-106. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.4.12>

12. Ларченко, О. (2020). Ефективність впровадження інформаційних систем в управління підприємством. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2020, (1), 278-284. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/38>

13. Олійник І.В. Формування цінової стратегії в системі маркетингу машинобудівного підприємства / І.В. Олійник // Науковий вісник Льотної академії. Серія: Економіка, менеджмент та право: збірник наукових праць / Гол. ред. М.С. Письменна. Кропивницький: ЛА НАУ, 2022. Вип. 7. С. 30-37. URL: <https://fmnzb.sfa.org.ua/naukovyj-visnyk-lotnoyi-akademiyi-seriya-ekonomika-menedzhment-ta-pravo-%e2%84%967-2022/>

Інформаційні ресурси

1. Державний Фонд фундаментальних досліджень України [Електронний ресурс]. URL : <http://www.dffd.gov.ua/>.

2. Нормативні акти України. URL: <http://www.nau.kiev.ua>.

3. Наукова бібліотека ім.Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua>.

4. Бізнес в Україні. URL: <http://www.ukrbiz.net>.

5. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

6. Верховна Рада України. (2011). Про доступ до публічної інформації. Закон України (від 13.01.2011, No2939–VI). <http://surl.li/erzlc>

7. Верховна Рада України. (2017). Про основні засади забезпечення кібербезпеки України. Закон України (від 05.10.2017, No2163–VIII). <http://surl.li/erzld>.

9. Димитрієва В.А. Масовий он-лайн курс «Документоведення в Word та аналітика в Excel», 2017. URL: <http://prometheus.org.ua/courses>.

10. Курси Microsoft Office: Excel. Навчальний центр «Мережні Технології», 2022. URL: <https://nt.ua/courses/microsoft-office-excel>