

Міністерство освіти і науки України  
Національний аерокосмічний університет  
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування (602)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Гарант освітньої програми



Вікторія ФУРСОВА

(підпис)

(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

«29» серпня 2025 р.

**СИЛАБУС  
ОБОВ'ЯЗКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА**

(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування  
(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: 075 Маркетинг  
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма: Маркетинг  
(найменування освітньої програми)

**Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)**

**Силабус введено в дію з 01.09.2025**

**Харків – 2025 р.**

Розробник (и): Либа В.О., доц., канд. екон. наук, доц.  
(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)



(підпис)

Силабус навчальної дисципліни розглянуто на засіданні кафедри  
менеджменту та бізнес-адміністрування  
(назва кафедри)

Протокол № 1 від «29» серпня 2025 р.

Завідувач кафедри к.е.н., доцент  
(науковий ступінь і вчене звання)



(підпис)

Валентина ГАТИЛО  
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Погоджено з представником здобувачів освіти:

\_\_\_\_\_



(підпис)

Аліна БЕЗРУЧЕНКО  
(ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

## 1. Загальна інформація про викладача



ПІБ: Либа Василь Олексійович

Посада: доцент кафедри 602

Науковий ступінь: канд. екон. наук

Вчене звання: доцент

Перелік дисциплін, які викладає:

Стратегічний маркетинг, Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків, Маркетинговий менеджмент, Маркетингове ціноутворення

Напрями наукових досліджень:

*управління та моделювання стійкості підприємства, стратегічне планування, цифровий маркетинг*

Контактна інформація: [v.lyba@khai.edu](mailto:v.lyba@khai.edu)

## 2. Опис навчальної дисципліни

Форма здобуття освіти	Денна, заочна
Семестр	6
Мова викладання	Українська
Тип дисципліни	Обов'язкова
Обсяг дисципліни: кредити ЄКТС/ кількість годин	<u>денна</u> : 3 кредити ЄКТС / 90 годин (24 аудиторних, з яких: лекції – 0, практичні – 24; СРЗ – 36); <u>заочна</u> : 2 кредити ЄКТС / 60 годин (20 аудиторних, з яких: лекції – 4, практичні – 16; СРЗ – 40)
Види навчальної діяльності	практичні (семінарські), самостійна робота
Види контролю	Поточний контроль, семестровий контроль – залік
Пререквізити	Дисципліна є узагальнюючою
Кореквізити	
Постреквізити	Кваліфікаційна робота бакалавра

## 3. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета** – формування у студентів на базі знань, отриманих у вузі, професійних умінь і навичок щодо прийняття самостійних рішень при професійній діяльності в реальних ринкових умовах; поглиблення і закріплення теоретичних знань, оволодіння студентами сучасними прийомами, методами і знаряддями праці в галузі їх майбутньої професії; виховання у студентів потреби постійно поповнювати свої знання і творчо їх застосовувати в практичній діяльності.

### Завдання:

- отримання практичного досвіду роботи на підприємствах у якості маркетингологів;
- формування у студентів уявлення про основні принципи організації маркетингових досліджень (опитування, аналіз відгуків, аналітика);
- збір і обробка маркетингової інформації, підготовка аналітичних звітів, презентацій та таблиць;

- набуття студентами професійних умінь і навичок, необхідних для прийняття самостійних рішень у конкретних ситуаціях, що виникають на підприємствах під час виконання ключових управлінських функцій.

Виробнича практика з фаху проводиться згідно навчального плану у шостому семестрі протягом п'яти тижнів в організаціях та підприємствах різних організаційно-правових форм. Практична підготовка студентів передбачає безперервність та послідовність набуття потрібного обсягу практичних умінь та навичок відповідно до вимог підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

### **Компетентності, які набуваються.**

#### **Загальні:**

- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
- ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК11. Здатність працювати в команді.
- ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

#### **Фахові:**

- ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу
- ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
- ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
- ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
- ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
- ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

#### **Очікувані результати навчання:**

- ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

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.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

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.

ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько-свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

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.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

#### 4. Програма виробничої практики (зміст практичної діяльності)

№	Назва теми	Зміст програми	Самостійна робота	Набуті вміння
1	Загальні відомості про підприємство – об'єкт практики	Ознайомлення зі специфікою господарсько-фінансової діяльності, організаційною структурою, станом управління, видами діяльності підприємства	Вивчення статутних і установчих документів, положень та інструкцій	Вміння збирати й аналізувати загальну інформацію про організацію
2	Планово-економічна діяльність	Аналіз функцій планово-економічної служби, методів планування та аналізу показників	Вивчення методичних матеріалів, планів та звітності	Вміння аналізувати економічні показники та оцінювати ефективність планування
3	Управління персоналом	Аналіз роботи кадрової служби, кадрової політики, руху персоналу, підвищення кваліфікації	Ознайомлення з положеннями, посадовими інструкціями, штатним розписом	Вміння аналізувати кадровий склад, політику та роботу з персоналом
4	Маркетингова і комерційна діяльність	Аналіз організації маркетингу, постачання та збуту, комунікаційних заходів, планів маркетингу	Вивчення маркетингових планів, договорів, комерційних пропозицій	Вміння оцінювати маркетингову стратегію і комерційні процеси
5	Зовнішньоекономічна діяльність	Аналіз експорту/імпорту, конкурентів, економічних показників ЗЕД	Ознайомлення з контрактами, звітами по ЗЕД	Вміння оцінювати ефективність ЗЕД та конкурентоспроможність
6	Обліково-фінансова діяльність	Аналіз облікової системи, фінансової служби, грошового обігу, розрахунків і податків	Вивчення фінансової та бухгалтерської звітності	Вміння оцінювати фінансовий стан підприємства
7	Пропозиції з удосконалення діяльності	Розробка і обґрунтування пропозицій щодо покращення певних напрямків роботи	Підготовка пропозицій з розрахунком ефекту	Вміння формувати й аргументувати управлінські рішення

Більш детально зі структурою дослідження для різних установ здобувач може ознайомитися в структурі виробничої практики за посиланням:

[Структура виробничої практики](#)

## 5. Оформлення звіту з виробничої практики

Після завершення виробничої практики студент подає для перевірки керівнику практики від кафедри таку документацію:

- щоденник проходження практики;
- звіт про проходження практики;
- підписану та завірену керівником установи (організації)— бази практики характеристику на студента-практиканта, складену за результатами його діяльності.

Звіт про проходження практики оформлюється за загальними вимогами до творчої роботи студентів на стандартних аркушах паперу обсягом до 30 сторінок друкарського тексту шрифтом TNR-14, інтервал 1,5; поля: зверху і знизу - 2 см, ліворуч - 2,5, праворуч - 1,5 см. за такою структурою:

- титульна сторінка;
- вступ (резюме практичної діяльності);
- зміст звіту;
- розкриття змісту практичної діяльності за розділами програми практики;
- результати виконання індивідуального завдання;
- висновки і пропозиції;
- список використаної літератури
- додатки.

Звіт повинен бути конкретний і стислий, обов'язково мати графічний матеріал (схеми, таблиці, рисунки, діаграми, графіки), що наочно розкриває суть виконаної роботи і результати управлінського та економічного дослідження. Додатками до звіту можуть бути зразки зібраних первинних документів (організаційних, господарських, ділових та ін.), великі за обсягом аналітичні таблиці, складні схеми, зразки інших матеріалів, що характеризують господарську діяльність організації. Виконання індивідуального завдання становить у звіті окремий розділ. Складений студентом звіт повинен мати наскрізну нумерацію сторінок. Аркуші повинні бути зшиті. Звіт перевіряється і затверджується керівниками практики від бази практики і кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування.

Письмовий звіт разом з іншими документами подається на рецензування керівнику практики від кафедри. Окрім звіту студент повинен представити на кафедру менеджменту та бізнес-адміністрування щоденник і характеристику керівника відділу (організації) про роботу студента, в якому він проходить виробничу практику.

Звіти про практику та щоденник повинні бути підписані керівником практики від організації, керівником практики від кафедри.

Студент складає календарний план проходження практики та веде записи під час роботи у щоденнику виробничої практики за посиланням: [Щоденник виробничої практики](#).

**Назва файлу повинна бути: Щоденник виробничої практики ПШБ, група**

Звіт з практики захищається студентом на засіданні кафедри. Письмові звіти зберігаються на кафедрі.

При написанні звіту студент повинен дотримуватися правил академічної доброчесності, що передбачає:

- самостійне та добросовісне виконання завдань, відповідальне ставлення до своїх обов'язків;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації;

- посилання на джерела інформації у разі запозичення ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право;
- використання у навчальній або дослідницькій діяльності лише перевірених та достовірних джерел інформації, грамотне посилатися на них.

## **6. Захист звіту з виробничої практики**

Керівництво бази практики організує обговорення підсумків роботи студентів і оцінює її за болонською системою. Основні документи про практику (щоденник, звіт про роботу студента, характеристика на кожного студента) мають бути підписані керівником бази практики та завірені її печаткою. Документи передаються викладачеві — керівнику виробничої практики.

Захист результатів звіту практики проводить і оцінює викладач — керівник практики від кафедри.

Усний звіт студента може включати:

1. Постановку мети і завдань виробничої практики.
2. Загальну характеристику баз виробничої практики.
3. Опис виконаних робіт, завдань і результатів.
4. Обґрунтування висновків і пропозицій щодо подальшого використання матеріалів практики.

Оцінка вноситься у протокол захисту виробничої практики та індивідуальний навчальний план студента.

## **7. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують здобувачі**

За результатами захисту виставляють диференційовану оцінку, яку заносять до залікове-екзаменаційної відомості і залікової книжки студента за підписом керівника практики від кафедри менеджменту.

Критерії оцінювання наступні:

Оцінка «**90-100 балів**» - виставляється за якісно складений звіт, повністю розкритий зміст проходження виробничої практики за всіма темами, наявність щоденника практики з відмітками керівника практики від підприємства, відгук про роботу студента на базі практики з оцінкою “відмінно”; за чіткі і повні відповіді на запитання керівника практики від Академії під час захисту звіту про практику.

Оцінка «**75-89 бали**» Проставляється за якісно складений звіт про проходження виробничої практики, чітко розкритий зміст кожної теми, наявність щоденника з відміткою керівника практики від підприємства (установи), відгуку за підписом керівника бази практики з позитивною оцінкою, за вірні, але не зовсім чіткі відповіді на запитання керівника практики від Академії під час захисту звіту про практику.

Оцінка «**60-74**» Звіт з практики в основному відповідає робочій програмі, але мають місце недоліки змістовного характеру: відсутні деякі розрахунки, аналіз показників діяльності підприємства, зроблено не в повному обсязі. Відповіді студента на запитання керівника практики від Академії під час захисту звіту про практику не чіткі.

Оцінка «**менш ніж 60 балів**» проставляється за невиконання програми практики, частковий розгляд питань, передбачених структурою залікового кредиту, незадовільну оцінку керівника практики від підприємства (установи) – бази практики, за неможливість відповісти на запитання керівника практики від Академії під час захисту звіту з практики.

Студента, який не здав звіт про виробничу практику або отримав на захисті незадовільну оцінку, направляють на практику повторно. Студент, який вдруге отримав негативну оцінку з практики, відраховується з університету. Підсумки проведення практики обговорюються на засіданні кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування. У цілому якісно виконаний звіт з виробничої практики оцінюється максимально 100 балами.

## 8. Політика навчального курсу

Процедура відпрацювання пропущених занять (знаходження на лікарняному, мобільність та ін.), невиконаних завдань та перевірка на плагіат виконаних здобувачем завдань, а також дотримання академічної доброчесності всіма учасниками освітнього процесу тощо, регулюються положеннями внутрішньої системи якості (<https://khai.edu/normativni-dokumenti>)

**Дотримання вимог академічної доброчесності здобувачами освіти під час вивчення навчальної дисципліни.** Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі освіти мають дотримуватися загальноприйнятих морально-етичних норм і правил поведінки, вимог академічної доброчесності, передбачених Положенням про академічну доброчесність Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут»

(<https://khai.edu/assets/files/polozhennya/polozhennya-pro-akademichnu-dobrocheshnist.pdf>).

**Вирішення конфліктів.** Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, а також правила етичної поведінки регламентуються Кодексом етичної поведінки в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут»

(<https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/ustanovchi-dokumenti/kodeks-etichnoi-povedinki/>)

## 9. Методичне забезпечення

Сторінка дисципліни знаходиться за посиланням:

<https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=9742>

## 10. Рекомендована література та навчальні матеріали

1. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2014. 360 с.
2. Крикавський Є., Чухрай Н. Промисловий маркетинг: Підручник. 2-е вид. Львів: Видавництво Національного університету „Львівська політехніка”, 2004.
3. Нечасв В.П. Промисловий маркетинг: Навч. метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни. Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. 185 с.
4. Войчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: підручник. К.: КНЕУ, 2007. 408 с.
5. Бучнев М.М. Маркетингове ціноутворення: навчальний посібник. Київ: В-во СНУ ім. В.Даля. 2023. 134с.
6. Колесников О. В. Ціноутворення: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури. 2019. 156с
7. Король І. В. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посібник. Умань : Візаві, 2018. 191с.
8. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
9. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.
10. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник. Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.