

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**

ОЗНАЙОМЧА 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

2. Опис навчальної дисципліни

Форма здобуття освіти	Денна, заочна
Семестр	4
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	Виробнича практика

3. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета – формування у студентів другого курсу спеціальності 075 «Маркетинг» первинних професійних компетентностей шляхом ознайомлення з організаційно-методичними засадами проходження практики, особливостями маркетингової діяльності в сучасному цифровому середовищі, зокрема у сфері маркетингу ІТ-продуктів, а також набуття навичок використання цифрових інструментів для навчальної та командної роботи з дотриманням принципів академічної доброчесності.

Завдання:

- Формування відповідального ставлення до питань охорони праці та техніки безпеки в умовах дистанційного навчання.
- Ознайомлення з принципами, нормами та вимогами академічної доброчесності у ХАІ, а також наслідками їх порушення.
- Формування базових навичок використання цифрового освітнього середовища та інструментів у навчальному процесі та командній роботі.

- Ознайомлення з особливостями маркетингової діяльності у сфері IT-продуктів, основними напрямками та інструментами цифрового маркетингу.
- Розвиток навичок самостійної роботи, аналізу інформації та оформлення результатів практичної діяльності відповідно до встановлених вимог.

Ознайомча практика з фаху проводиться згідно навчального плану у четвертому 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.
- ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

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.
- ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- 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 ознайомчої практики (зміст практичної діяльності)

Вид робіт	Вид звітності
Ознайомитися з матеріалами	Ознайомитися зі всіма матеріалами наведеними у системі ментор, ознайомитися з календарним планом проходження практики
Проходження інструктажу з техніки безпеки	Ознайомитися з інструкцією по ТБ. Пройти тест, додати інструкцію з техніки безпеки у журнал практики
Академічна доброчесність у ХАІ	Ознайомитися з кодексом та положеннями про академічну доброчесність, дізнатися про правила, вимоги та наслідки її порушень
Робота з середовищем Google Workspace	Ознайомитися з основними інструментами Google Workspace та навчитися їх ефективно використовувати в навчальному процесі та командній роботі
Онлайн практика	075 - Маркетинг ІТ продуктів
Підготовка звіту з проходження практики	
Залік	

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

[Структура ознайомчої практики](#)

5. Оформлення звіту з ознайомчої практики

Після завершення 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 ТNR-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 ознайомчу 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 ознайомчої практики за посиланням: [Щоденник ознайомчої практики](#).

Назва файлу повинна бути: Щоденник ознайомчої практики ШБ, 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, використанні 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.

5. Захист звіту з ознайомчої 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 ознайомчої практики.

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

Усний звіт студента може включати:

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

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

6. 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 ознайомчої 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 ознайомчої 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 відповіді на запитання керівника практики від Академії під час захисту звіту з практики.

Студента, який не здав звіт про ознайомчу 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 ознайомчої практики оцінюється максимально 100 балами.

7. 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-dobrochesnist.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/>)

8. Методичне забезпечення

Сторінка дисципліни знаходиться за посиланням:
<https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=9741>

9. 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. Нечаєв 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. Бучнів 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.