

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра управління персоналом і маркетингу**



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

О.І.Гура  
2017 р.

**НАСКРІЗНА ПРОГРАМА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ**

<b>СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	<b>БАКАЛАВР</b>	<b>МАГІСТР</b>
<b>СПЕЦІАЛЬНІСТЬ</b>	<b>075 Маркетинг</b>	<b>075 Маркетинг</b>
<b>ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА</b>	<b>Маркетинг</b>	<b>Маркетинг</b>
<b>ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ</b>	<b>Бакалавр з маркетингу</b>	<b>Магістр з маркетингу</b>

РОЗРОБЛЕНО кафедрою управління персоналом і маркетингу економічного факультету  
Запорізького національного університету

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Н. Г. Кушинова – доцент кафедри управління персоналом і  
маркетингу, к.е.н..

ОБГОВОРЕНО ТА РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАТВЕРДЖЕННЯ КАФЕДРОЮ УПРАВЛІННЯ  
ПЕРСОНАЛОМ І МАРКЕТИНГУ « 04 » квітня 2017 р., протокол № 10 .

Завідувач кафедри управління персоналом і маркетингу  
д.е.н., професор



/Кендюхов О.В./

Схвалено науково-методичною радою економічного факультету  
Протокол від « 11 » травня 2017 р. № 10 .

Голова НМР факультету



/Колобердянко І.І./

## ВСТУП

Наскрізна програма практики є основним навчально-методичним документом, що забезпечує комплексний підхід до організації практичної підготовки, системність, безперервність та послідовність змісту і завдань навчальних і виробничих практик спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Наскрізна програма практичної підготовки складена на основі освітньої програми (Протокол № 7 від 26 березня 2019 р. Вченої ради ЗНУ) та відповідає стандартам вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг.

Комплекс навчальних і виробничих практик спрямований на формування умінь, навичок, компетенцій, що відповідають кваліфікації, яку отримує здобувач вищої освіти на кожному освітньому рівні та дає можливість займати відповідні посади.

Ступінь вищої освіти  
Спеціальність  
Освітньо-професійна програма  
Освітня кваліфікація  
Професійна кваліфікація

Бакалавр  
075 Маркетинг  
Маркетинг  
Бакалавр з маркетингу  
Маркетолог

№ п/п	Вид практики	Обсяг кредитів	Місце проведення практики (організації, підприємства, установи)	Первинна посада, за якою проходять практику	Вміння, (компетентності, якими повинен оволодіти студент)
1	Виробнича практика (3 курс)	5,5	Підприємства (організації, установи) різних галузей економіки, науки, державного управління, органах місцевого самоврядування згідно з укладеними вищим навчальним закладом договорами або у його структурних підрозділах, що забезпечують практичну підготовку.	Торговець. Менеджер (управитель) із збуту Організатор із збуту. Продавець-консультант.	Формування системи знань щодо категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах, набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.
2	Виробнича практика (4 курс)	5,5	Підприємства (організації, установи) різних галузей економіки, науки,	Брокер (посередник) з цінних паперів. Дилер (продавець) цінних паперів.	Здатність до підготовки та проведення кількісних та якісних маркетингових

			державного управління, органах місцевого самоврядування згідно з укладеними вищим навчальним закладом договорами або у його структурних підрозділах, що забезпечують практичну підготовку.	Маклер біржовий Торговець комерційний. Торговець промисловий. Торговець роз'їзний. Торговець технічний Товарознавець. Торговельний брокер (маклер)  Агент рекламний. Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)  Помічник керівника підприємства (установи, організації).	досліджень, підготовки звітів щодо стану та динаміки розвитку ринку товарів та послуг. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.
--	--	--	--	---	--

## **МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ**

Мета виробничої практики (3 курс) – поглибити та систематизувати знання студентів шляхом вирішення виробничо-ситуаційних проблем, показати на конкретних практичних прикладах роль фахівців з маркетингу і рекламного бізнесу в розвитку ринку товарів і послуг, підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Під час виробничої практики студенти ознайомлюються з кваліфікаційними вимогами до фахівців за вибраною спеціальністю, основними видами, завданнями та змістом діяльності.

### Основні завдання виробничої практики:

- прищепити студентам любов до професії маркетолога та рекламіста;
- ознайомити студентів з професійними вимогами до фахівця, необхідними практичними вміннями та навичками, із специфікою майбутньої спеціальності;
- ознайомити студентів з переліком посад, які можуть займати спеціалісти з рекламного бізнесу та маркетингу, сферами їхньої подальшої професійної діяльності;
- розкрити роль, значення і місце навчальної практики в забезпеченні майбутніх фахівців практичними вміннями і навичками;
- ознайомити студентів із досвідом роботи підприємств з метою якомога повного уявлення щодо їх організаційної структури, основних функцій, діючої системи управління підприємством і збутом товарів, організації рекламно-інформаційної діяльності тощо.

Виробнича практика (4 курс) має на меті закріплення, поглиблення та доповнення теоретичних знань студента, одержаних при вивченні загальноекономічних та спеціальних дисциплін; розвиток навичок самостійної роботи по проведенню техніко-економічного аналізу маркетингової діяльності підприємства, його структурних одиниць, виявлення резервів підвищення ефективності маркетингу, визначення шляхів їх реалізації; набуття досвіду роботи на посаді маркетолога як молодшого спеціаліста.

### Основні завдання виробничої практики:

- ознайомитись з виробничою діяльністю суб'єктів підприємництва;
- сформувати практичні навички економічної діяльності на підприємстві;
- ознайомитись з низовим і середнім рівнем управління в різних підрозділах підприємства;
- набути навичок самостійної практичної діяльності з вибраною спеціальністю;

- закріплення набутих теоретичних знань з економіки підприємства, маркетингу, маркетингових досліджень, продуктової політики, просування товарів, організації суспільної думки, збутової політики, маркетингових комунікацій, управління маркетингом;
- опанування професійними навичками з організації та планування маркетингової діяльності підприємства, дослідження ринку, моделювання ринкових ситуацій, прогнозування попиту, організації укладання та контролю за виконанням угод і контрактів, планування та організації рекламної діяльності, оцінки ефективності маркетингової діяльності та інше.

## **ЗМІСТ ПРАКТИКИ**

Зміст виробничої практики (3 курс) визначається наступними завданнями, які студент повинен виконати при проходженні практики:

- 1.Обґрунтувати організаційну структуру підприємства, визначити його цілі та завдання.
- 2.Охарактеризувати взаємозв'язок внутрішніх змінних підприємства.
- 3.Описати взаємозв'язок підприємства та його зовнішнього середовища.
- 4.Обґрунтувати оптимальну форму господарювання для підприємства та підготувати засновницькі документи.
- 5.Проаналізувати етапи організації та знати порядок документального оформлення заснування підприємства
- 6.Охарактеризувати загальні функції управління підприємством
7. Охарактеризувати процес підготовки раціональних управлінських рішень з маркетингу на підприємстві.

Зміст виробничої аналітичної практики (4 курс) визначається наступними завданнями, які студент повинен виконати при проходженні практики:

- 1.Визначити типи організаційних комунікацій.
- 2.Описати можливі перешкоди на шляху інформаційного обміну
- 3.Провести сегментування ринку, визначати місткість та частку ринку.
- 4.Визначити потребу в товару окремих товарних груп.
- 5.Визначити асортиментну політику підприємства та характеризувати асортимент товарів.
- 6.Провести позиціонування товарів на ринку.
- 7.Визначити конкурентоспроможність товарів, представлених на ринку.
- 8.Побудувати графіки життєвого циклу товарів (ЖЦТ), характеризувати його етапи та визначати стратегії маркетингової діяльності підприємства на різних етапах ЖЦТ.
- 9.Здійснити аналіз цінової політики суб'єктів ринку.
- 10.Визначити ціну товару з використанням різних методів ціноутворення, його критичний обсяг реалізації.
- 11.Визначити типи маркетингових посередників та рівні каналів збуту.
- 12.Охарактеризувати варіанти структур каналів розподілу (методів збуту) товарів.
- 13.Описати стратегії розподілу товару.
- 14.Охарактеризувати систему маркетингових комунікацій підприємства.
- 15.Здійснити заходи стимулювання збуту.
- 16.Визначати ринкову нішу підприємства з урахуванням результатів дослідження стану ринку.

Ступінь вищої освіти  
 Спеціальність  
 Освітньо-професійна програма  
 Освітня кваліфікація  
 Професійна кваліфікація

Магістр  
 075 Маркетинг  
 Маркетинг  
 Магістр з маркетингу  
 Маркетолог

№ п/п	Вид практики	Обсяг кредитів	Місце проведення практики (організації, підприємства, установи)	Первинна посада, за якою проходять практику	Вміння, (компетентності, якими повинен оволодіти студент)
1	Виробнича практика (1 курс)	6	Підприємства (організації, установи) різних галузей економіки, науки, державного управління, органах місцевого самоврядування згідно з укладеними вищим навчальним закладом договорами або у його структурних підрозділах, що забезпечують практичну підготовку.	Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності Професіонали в галузі економіки Наукові співробітники (економіка) Економісти	Здатність аналізувати управлінські ситуації та приймати управлінські рішення. Формування системи знань щодо категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань, опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності на підприємствах, набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності. Здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції,

					аналізу поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища. Здатність до використання технологій сегментування ринку, позиціонування продуктів та підприємств.
--	--	--	--	--	--

### МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

Мета виробничої практики (1 курс) – поглибити та систематизувати знання студентів, які були отримані в процесі навчання, формування професійного вміння приймати самостійні рішення в певних виробничих умовах, оволодіння сучасними методами, формами організації, знаряддями праці в сфері майбутньої спеціальності, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо застосовувати їх на практиці.

Основні завдання виробничої практики:

- провести аналіз організаційної структури управління підприємством;
- здійснити аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства;
- дослідити вплив факторів маркетингового середовища на діяльність підприємства;
- провести аналіз комплексу маркетингу підприємства (товарної політики, цінової політики, політики розподілу та просування);
- активна участь в проведенні маркетингових досліджень (кабінетних та польових);
- аналіз заходів, що проводяться підприємством для підвищення конкурентоспроможності, зміцнення конкурентних позицій, виходу на нові ринки збуту тощо;
- ознайомитись з нормативною документацією, що регламентує здійснення маркетингової діяльності на підприємстві;
- ознайомитись та проаналізувати ефективність заходів забезпечення належного рівня охорони праці на підприємстві;
- виконання обов'язків спеціаліста на робочому місці при безпосередньому керівництві з боку фахівців баз практики (керівників практики від підприємства);
- оволодіння студентами сучасними методами, формами організації і управління інноваційною діяльністю;
- формування знань, професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи в реальних ринкових і виробничих умовах;
- вивчення досвіду і методів організації маркетингової діяльності на підприємстві;
- поглиблення та закріплення теоретичних знань з визначення конкурентних переваг підприємства на ринку;
- засвоєння практичних навиків роботи та накопичення досвіду самостійної роботи згідно з обраним фахом;
- збір, обробка, аналіз та систематизація необхідних матеріалів для написання звіту, а згодом магістерської роботи.

### КОНТРОЛЬ ЗА ПРОХОДЖЕННЯМ ПРАКТИКИ

Загальну організацію практики та контроль за її проведенням здійснює керівник практики. До керівництва практикою залучаються досвідчені викладачі, які викладають фахові дисципліни.

Навчально-методичне керівництво і контроль за організацією практики, її проведенням здійснює кафедра управління персоналом і маркетингу. Викладачі кафедри керують практикою і консультують студентів безпосередньо на підприємствах і установах.

Від підприємств керівництво практикою здійснюють провідні фахівці підприємств, установ і організацій, які призначені наказом керівника підприємства.

Згідно Положенню про виробничу практику студентів вищих навчальних закладів, керівник підприємства повинен:

- організувати практику студентів відповідно програмі, розробленої вузом;
- забезпечити студентів-практикантів робочими місцями і необхідними матеріалами (методичними і практичними);
- призначити керівників практики і контролювати їх роботу зі студентами;
- затвердити індивідуальний план проходження практики, розроблений студентом з керівником практики від підприємства.

Керівники практики від підприємства інструктують студентів, консультують їх, контролюють індивідуальне виконання програми практики, стежать за виконанням трудової дисципліни. Керівники практики від підприємств підтримують контакти з кафедрою, інформують її про відхилення від програми і про порушення студентами трудової дисципліни, приймають узгоджені рішення.

Тривалість робочого часу студентів під час проходження виробничої практики регламентується законодавством України про працю.

Обов'язки і права студентів-практикантів:

Студент-практикант повинен з'явитися до місця проходження практики у термін, установлений університетом.

Студент, прибувши на підприємство, повинен:

- віддати направлення на проходження практики;
- простежити за оформленням адміністрацією підприємства наказу про проходження практики і призначення керівника практики від підприємства;
- скласти з керівником план-графік проходження практики, при необхідності оформити перепустку.

Під час проходження практики студент повинен: виконувати правила внутрішнього розпорядку і вимоги трудового законодавства на рівні з робітниками підприємства; виконувати вказівки керівника практики; оформлювати щоденник по установленій формі; кожні два тижні звітувати перед керівником практики від університету про виконану роботу.

На період проходження практики можливе тимчасове зарахування студентів на штатні посади при умові, що робота на цій посаді відповідає програмі практики.

В останній день проходження практики студент повинен подати на кафедру звіт про проходження практики по встановленій формі. До звіту додаються: індивідуальний план з відміткою про виконання, щоденник практики, оформлений відповідним чином. Звіт по практиці студент захищає перед комісією у термін призначений кафедрою.

## **ВИМОГИ ДО ЗВІТНОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ**

Основними видами звітної документації є звіт студента про проходження практики та щоденник практики. Інші види звітної документації визначаються робочими програмами практик, за пропозиціями випускових кафедр та затверджуються радами факультетів.

Звіт з виробничої практики складається з двох частин: текстової і додатків. Текстова частина повинна бути написана українською мовою (власноручно або надрукована) на окремих аркушах та зброшурована.

Рекомендуємий обсяг звіту – 40-60 сторінок друкованого тексту. На початку текстової частини розміщують титульний лист, перелік розділів і питань, які вивчалися під час практики. Заголовки у змісті повинні збігатися з заголовками у тексті звіту.

У звіті необхідно відобразити зміст зробленої кожним студентом роботи по вивченню



питань, передбачених програмою практики, дати відповіді на поставлені у програмі питання маркетингової діяльності підприємства з використанням цифрових даних. Нумерація сторінок текстової частини звіту – наскрізна, починаючи з титульного листа.

Додатки до звіту повинні складатися із заповнених форм, використаних під час проходження практики, на які студент обов'язково посилається при написанні текстової частини звіту. Кожний документ, який входить до складу додатків, повинен мати свою нумерацію. Додатки до звіту надаються в окремій папці.

## **ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ**

Критерії оцінювання роботи студентів під час проходження практик визначаються робочими програмами практик. Підсумки практик підводяться керівниками практики від кафедри на підставі оцінювання роботи студентів на базах практик, оформлення звітної документації та захисту звітів. Оголошення оцінок за проходження практик відбувається на підсумкових конференціях. Результати практик обговорюються на засіданнях кафедр, науково-методичної та вченої ради економічного факультету.

*Контроль* за виконанням студентами вимог до проходження практики відбувається у двох формах: поточний і підсумковий.

*Поточний контроль* здійснюється керівником практики від університету. Під час поточного контролю перевіряється своєчасність заповнення щоденника виробничої практики та виконання графіка підготовки й написання звіту. Після четвертого тижня практики проводиться атестація студентів. На атестації студенти повинні надати керівникові від університету щоденник практики, підписаний керівником бази практики, виконані індивідуальні завдання та підготовлені за всіма вимогами відповідні розділи звіту.

*Підсумковий контроль* здійснюється під час захисту звіту з практики. Студент, який не виконав програми практики і має незадовільний відзив від керівника підприємства (установи), відраховується з університету.

Після закінчення терміну практики студенти звітують на кафедрі про виконання її програми. Загальна форма такої звітності — подання письмового звіту з позитивною рецензією керівника практики та подальший захист.

Письмовий звіт за результатами практики подається в установлений термін (не пізніше, як за три дні до закінчення практики) керівнику практики від кафедри для перевірки, рецензування і допуску до захисту.

Звіт має містити відомості щодо виконання студентом усіх розділів програми практики. Обов'язковим є наявність висновків та пропозицій, яких вимагає зміст завдань.

Розділи і окремі питання звіту мають бути чітко визначені, викладені в логічній послідовності і конкретизовані. Таблиці, ілюстративний матеріал, додатки повинні бути змістовні й оформлені відповідно до стандартів оформлення звітів наукових досліджень.

Оформлений за всіма вказаними вимогами і прорецензований звіт про практику приймається викладачем-керівником практики від кафедри протягом тижня після її закінчення.

Після перевірки поданого звіту керівником практики від кафедри і його позитивної оцінки, зафіксованої у відповідному відгуку, звіт публічно захищається студентами на підсумковій (звітній) конференції перед комісією, яка створюється за розпорядженням завідувача кафедри і складається з викладачів (не менше двох) відповідної кафедри. Присутність керівників практики від ВНЗ обов'язкова, керівників практики від підприємства — за можливістю.

Студенти, що не виконали програму практики або що одержали незадовільну оцінку при захисті звітів, проходять практику повторно, що спричиняє за собою стягнення в порядку, установленому для академічних заборгованостей. Повторна практика проходить на підприємствах м. Запоріжжя в позанавчальний час. Всі витрати по проходженню повторної практики здійснюються за рахунок студента.

Підсумки практики обговорюються на засіданні кафедри.

Під час захисту звіту з практики комісія уважно розглядає зміст звіту про практику, виставляє бали за зміст кожного розділу, після чого задає студентові усні запитання, які

дозволяють оцінити розуміння студентом викладених положень. Виставлена загальна сума балів переводиться у традиційну оцінку та оцінку за шкалою ECTS та заноситься у відповідні документи як підсумкова оцінка з проходження практики.

Переведення балів підсумкової оцінки у традиційну чотирибальну оцінку здійснюється за шкалою:

«Відмінно» (від 90 до 100 балів) – зміст і оформлення звіту та щоденника практики відповідають стандартам. Характеристика студента є позитивною. Студент дав повні та точні відповіді на всі запитання членів комісії щодо програми практики і виконаної індивідуальної роботи.

«Добре» (від 75 до 89 балів) – наявні несуттєві зауваження щодо змісту та оформлення звіту й щоденника практики. Характеристика студента є позитивною. У відповідях на запитання членів комісії щодо програми практики студент допустив окремі неточності, хоч загалом має тверді знання.

«Задовільно» (від 60 до 69 балів) – недбале оформлення роботи і щоденника практики. Переважну більшість питань програми практики у звіті висвітлено, однак мають місце окремі розрахункові й логічні помилки. Характеристика студента в цілому є позитивною. Відповідаючи на запитання членів комісії, студент почувався невпевнено, збивався, припускався помилок, виявив поверхові знання.

«Незадовільно» (до 59 балів включно) – таку оцінку виставляють студентіві, якщо у звіті висвітлено не всі питання або роботу підготовлено не самостійно. Характеристика студента у частині ставлення до практики і трудової дисципліни є негативною. На запитання членів комісії студент не міг дати задовільних відповідей.

Шкала балів, які враховуються при виставленні підсумкової оцінки з виробничої практики, наведена нижче.

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою
A	90-100 (відмінно)	5 (відмінно)
B	85-89 (дуже добре)	4 (добре)
C	75-84 (добре)	
D	70-74 (задовільно)	3 (задовільно)
E	60-69 (достатньо)	
FX	35-59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)

Під час захисту звіту з практики комісія уважно розглядає зміст звіту про практику, виставляє бали за зміст кожного розділу, після чого задає студентіві усні запитання, які дозволяють оцінити розуміння студентом викладених положень. Виставлена загальна сума балів переводиться у традиційну оцінку та заноситься у відповідні документи як підсумкова оцінка з проходження практики.

#### **Критерії оцінки розділів звіту з практики (за кожний розділ)**

**I. Найвища якість розділу звіту** (оцінюється в 20 балів) повинна відповідати таким вимогам:

- 1) повне та вичерпне викладення змісту роботи, яка проводилася студентом під час опрацювання відповідного розділу;
- 2) повний склад додатків, які вимагаються відповідним розділом практики (копії документів, аналітичні та статистичні матеріали тощо);
- 3) актуальність і достовірність поданої у звіті інформації.

**II. Задовільна якість розділу звіту** (оцінюється в 5-8-10 балів) визначається у випадку, якщо наявний хоча б один із зазначених нижче пунктів:

- 1) неповне викладення змісту роботи або неповна відповідність змісту роботи вимогам програми практики;
- 2) неповний склад додатків, які вимагаються відповідним розділом практики (50-75% необхідних додатків);
- 3) неактуальність поданої у звіті інформації (подання інформації за період, що передує терміну проходження студентом практики).

**III. Незадовільна якість розділу звіту** (оцінюється в 0 балів) визначається у випадку, якщо наявний хоча б один із зазначених нижче пунктів:

- 1) неповне викладення змісту роботи або неповна відповідність змісту роботи вимогам програми практики;
- 2) неповний склад додатків, які вимагаються відповідним розділом практики (менше 50% необхідних додатків);
- 3) недостовірність поданої у звіті інформації.

### **Критерії оцінки захисту звіту з практики**

**I. Найвища якість захисту звіту з практики**, яка оцінюється в 15-20 балів, повинна відповідати таким вимогам:

- 1) вільне володіння змістом роботи, яка проводилася на практиці;
- 2) повне знання відповідного законодавчого та інструктивного матеріалу;
- 3) уміння студента чітко відповідати на проблемні питання, пов'язані із змістом роботи.

**II. Захист звіту про практику оцінюється в 5-14 балів**, якщо:

- 1) відносно захисту на найвищий бал немає відповідності хоча б одному з пунктів, зазначених вище;
- 2) зміст питань розкрито в цілому правильно, але допущені деякі незначні помилки;
- 3) студент мляво та невпевнено відповідає на поставлені комісією запитання.

**III. Відповідь на питання оцінюється в 0-4 балів**, якщо:

- 1) не розкрито двох чи більше пунктів, зазначених у вимогах до оформлення звіту;
- 2) студент не вірно розкрив зміст питань чи припустився грубих помилок у змісті;
- 2) характер відповідей дає підставу стверджувати, що особа, яка захищає звіт з практики, неправильно зрозуміла зміст практики і тому не відповідає на поставлені запитання.

Під час оцінки звіту з практики в цілому додатково враховуються і впливають на загальну суму балів допущені недоліки та помилки, якими вважаються:

- неохайне оформлення роботи (вживання не загальноприйнятих скорочень, рукописний варіант звіту, незрозумілий почерк, використання олівців замість чітких чорнил) (мінус 10 балів);
- помилки в оформленні звіту з практики порівняно з діючими вимогами (мінус 5 балів);
- помилкові статистичні та аналітичні дані, якщо розмір помилки незначний і в цілому не впливає на висновки, які зроблено у звіті (мінус 5 балів).

Під час оцінки звіту з практики в цілому додатково враховується і впливає на загальну суму балів трудова дисципліна студента під час проходження практики. При порушенні графіка та змісту проходження практики (зафіксованому у відповідному журналі) викладач може знизити оцінку:

- за одноразову відсутність без поважних причин на базі практики у встановлений робочий час (мінус 5 балів за кожні факт порушення);
  - за несвоєчасність представлення на кафедру інформації про початок практики (мінус 10 балів);
  - за несвоєчасність представлення на кафедру звіту з практики (мінус 5 балів).
- Мінімальна оцінка з урахуванням усіх можливих недоліків 0 балів.