

**Міністерство освіти і науки України**  
**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**Житомирський торговельно-економічний коледж**

Циклова комісія: *Товарознавства, комерційної діяльності та маркетингу*

**“ЗАТВЕРДЖЕНО”**

заступник директора

з навчальної роботи

С. В. Кондратюк

\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

**«Технологічна практика»**

Галузь знань           **07 «Управління та адміністрування»**

Спеціальність       **075 «Маркетинг»**

Освітньо-професійна

програма               **«Маркетингова діяльність»**

Відділення           **Підприємництва, торгівлі та маркетингу**

Житомир

2020 р.

Робоча програма «Технологічна практика» для молодших спеціалістів галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Маркетингова діяльність», складена на основі Наскрізної програми практики, затвердженої директором Житомирського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Розробники програми:

викладач \_\_\_\_\_

О.В. Мосієнко

Розглянуто та схвалено на засіданні циклової комісії Товарознавства, комерційної діяльності та маркетингу

Протокол № \_\_\_\_\_ від « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ року

Голова циклової комісії Товарознавства, комерційної діяльності та маркетингу

\_\_\_\_\_ Л.Г. Ольшевська

## 1. Опис технологічної практики

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		<b>денна форма навчання</b>
Кількість кредитів ЄКТС – 6	Галузь знань <b>07 «Управління та адміністрування»</b>	Нормативна Мова навчання - українська
Модулів –1	Спеціальність: <b>075 «Маркетинг»</b>	<b>Рік підготовки:</b>
Змістовних модулів – 2		3 й
Загальна кількість годин - 216		<b>Семестр</b>
Тижневих годин: 54	Освітньо-кваліфікаційний рівень: молодший спеціаліст з маркетингової діяльності	<b>Практична робота</b>
		144 год.
		<b>Самостійна робота</b>
		72 год.
		<b>Вид контролю: диф.залік</b>

## 2. Мета та завдання технологічної практики

**Завданням технологічної практики** є підготовка студентів до роботи на підприємствах торгівлі, у сфері посередницьких послуг та в підрозділах маркетингу, менеджменту з продажів та збуту промислових та інших підприємств, набуття ними вмінь з фаху, умінь керуватися в своїй роботі законодавчими актами, постановами, нормативними документами, що регулюють маркетингову діяльність, планувати та аналізувати господарську діяльність підприємства, впроваджувати ефективні методи роботи, оцінювати ринкову ситуацію, здійснювати пошук джерел закупівлі та можливостей збуту товарів, рекламувати товар, вести ділові бесіди та приймати оптимальні рішення.

**Метою проходження технологічної практики є:** формування та розвиток у студентів професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень в умовах конкретного виробництва, оволодіння сучасними методами і формами організації праці в частині маркетингу.

**Предметом курсу** є теоретичні та практичні основи організації маркетингової діяльності на підприємствах.

**У результаті проходження технологічної практики студент повинен:**

**вміти:** визначати маркетингові концепції, вирішувати ситуації з маркетингових досліджень; визначати місткість та частку ринку, вирішувати ситуації щодо сегментації ринку і позиціонування товару, визначати стадії життєвого циклу товарів, можливості використання товарних марок; вирішувати ситуації щодо впливу еластичності попиту на цінову політику; визначати цільову аудиторію реклами, вибирати засоби розповсюдження реклами, формувати систему маркетингових комунікацій.

**знати:** суть та цілі системи маркетингу, основні концепції маркетингу, суть організації маркетингу на підприємстві, суть маркетингової інформації, джерела, методи збирання, суть маркетингових досліджень, їх методи та об'єкти; суть маркетингового середовища, основні чинники мікро- і макросередовища маркетингу: суть комплексного дослідження ринку, чинники, що впливають на поведінку покупців, суть сегментації ринку і позиціонування товару; рівні сприйняття товарів споживачами, суть товарного асортименту, чинники, що впливають на асортиментну політику: суть, критерії визначення та етапи процесу розробки нових товарів: характеристику стадій життєвого циклу товарів; суть якості та конкурентоспроможності товарів; поняття та функції товарних знаків; види товарних марок та вимоги до них; стадії життєвого циклу товарів; суть цінової політики і її роль у системі маркетингу, цінові стратегії, методи ціноутворення, види пристосування цін; систему просування товарів, поняття збутової логістики, основи формування системи маркетингових комунікацій, основні елементи СМК, роль реклами в маркетингу, заходи стимулювання збуту; основні чинники, що формують стратегію міжнародного маркетингу підприємства

### 3. Програма технологічної практики

#### Модуль 1.

##### *Змістовний модуль 1.*

##### *Характеристика маркетингової діяльності підприємства.*

###### *Завдання 1.*

**Маркетинг-консалтингове дослідження підприємства.** Ознайомитись з організацією діяльності підприємства, його організаційною структурою управління, специфікою виробництва та реалізації товару (послуг). Звернути увагу на систему матеріально-технічного постачання.

###### *Самостійна робота*

1. Ознайомитися з паспортом магазину.
2. Ознайомитися з правилами внутрішнього трудового розпорядку.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Паспорт магазину.
2. Правила внутрішнього трудового розпорядку.
3. Інструкція з охорони праці та техніки безпеки.
4. Журнал обліку проведення інструктажів з техніки безпеки.

###### *Завдання 2.*

**Характеристика маркетингової служби на підприємстві (відділу маркетингу).** Необхідно визначити специфіку діяльності маркетингових служб підприємства, проаналізувати організаційну структуру управління підрозділом, розглянути положення про відділ, посадові обов'язки кожного працівника служби і визначити зв'язки служби маркетингу з іншими підрозділами підприємства, а також кожного працівника служби маркетингу окремо.

###### *Самостійна робота*

1. Ознайомитися із Статутом підприємства.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Статут підприємства.
2. Структура управління підприємством.
3. Журнал обліку реалізації товарів.
4. Штатний розпис.

###### *Завдання 3.*

**Нормативно-правова база, що регламентує роботу маркетингової служби на підприємстві.** Дослідити основні законодавчі та нормативні акти з організації діяльності й управління підприємством. Організаційні документи у сфері створення системи маркетинг-менеджменту підприємства.

###### *Самостійна робота*

1. Провести аналіз нормативної бази підприємства.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Закон України «Про підприємства».
2. Закон України «Про підприємницьку діяльність».
3. Статут підприємства.

#### **Завдання 4.**

**Специфіка роботи системи маркетингу у ринкових умовах.** Охарактеризувати ринок на якому діє підприємство. Визначити тип конкуренції, кон'юктуру ринку, динаміку основних ринкових показників.

##### ***Самостійна робота***

1. Визначити основних конкурентів підприємства (організації)

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Зразок трудового договору.
2. Посадові інструкції.

#### **Завдання 5.**

**Ринкова інфраструктура та сегментація ринку.** Охарактеризувати ступінь розвитку ринкової інфраструктури. Визначити потенційних споживачів а саме: описати основні сегменти на яких діє ваше підприємство; виявити та охарактеризувати потреби споживачів.

##### ***Самостійна робота***

1. Оцінити товари, що випускаються відповідно до вимог споживачів.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Документи відділу маркетингу.

#### **Завдання 6.**

**Маркетингова товарна політика.** Ознайомитися з маркетинговою товарною політикою підприємства (організації). Оцінити ширину та глибину асортименту, вимоги до якості товару, вимоги до упаковки товару.

##### ***Самостійна робота***

1. Дослідити та проаналізувати етапи виходу нового товару.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Стратегічний бізнес-портфель фірми.

#### **Завдання 7.**

**Сервісна політика підприємства.** Проаналізувати особливості сервісної політики підприємства. Визначити можливість цінової конкуренції на даному ринку.

##### ***Самостійна робота***

1. Охарактеризувати основні методи ціноутворення на даному ринку.
2. Визначити особливості цінової стратегії вашого підприємства.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Звітна документація підприємства (організації).

#### **Завдання 8.**

**Політика ринкового коригування ціни – політика знижок на підприємстві.** Визначити можливість та цілі застосування знижок з ціни.

##### ***Самостійна робота***

1. Навести приклад товарів зі знижками.
2. Оформити акційні цінники, товарні ярлики.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Зразки оформлення цінників, товарних ярликів

### **Завдання 9.**

**Цінова політика підприємства.** Сформувати практичні навички розрахунку й ефективності здійснення цінової політики. Особливу увагу звернути на методи встановлення цін, розрахунки з партнерами, види цін, що застосовуються на підприємстві, цінову політику конкурентів; ознайомитись з методами ціноутворення на підприємстві. Визначити, які види знижок застосовує підприємство при збуті власної продукції; визначити їх ефективність.

#### **Самостійна робота**

1. Скласти 2 касових звіти.
2. Оформити документи на здачу виручки в банк.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Книга обліку розрахункових операцій.
2. Фінансові звіти
3. Документи на здачу виручки в банк

### **Завдання 10.**

**Збутова політика підприємства.** Визначити основні канали розповсюдження продукції. Особливу увагу звернути на ринкових посередників, що використовуються підприємством.

#### **Самостійна робота**

1. Визначити основних посередників, та постачальників .

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Товарний звіт (з копіями документів, що додаються до звіту) та звіт про рух тари.

### **Завдання 11.**

**Політика розподілу на підприємстві.** Дослідити можливість розвитку власної мережі розподілу, можливості вдосконалення стратегії розподілу.

#### **Самостійна робота**

1. Розробити і запропонувати власну стратегію розподілу.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Алгоритм розподілу (графік).
2. Договори з постачальниками, посередниками.

### **Завдання 12.**

**Маркетингові комунікації.** Визначити основні носії комунікацій та проаналізувати основні засоби стимулювання збуту. Оцініть види комунікацій та рівень їх ефективності.

#### **Самостійна робота**

1. Розробити макет реклами (постер) ЖТЕК КНТЕУ спеціальності маркетинг, всього коледжу, або будь-якої іншої спеціальності.
2. Визначити комунікаційні стратегії підприємства.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Статистична інформація.
2. Стратегічний план підприємства.

### ***Завдання 13.***

**Контроль у маркетингу.** Ознайомитись із системою оцінювання ефективності втілення маркетингових заходів, видами контролю, які застосовуються підприємством (вхідний, проміжний, вихідний), та їх ефективністю.

#### ***Самостійна робота***

1. Визначити можливість застосування нових методів контролю на підприємстві.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Фінансова звітність підприємства.

### ***Завдання 14.***

**Міжнародний маркетинг.** Ознайомитись із принципами і видами зовнішньоекономічної діяльності підприємства; видами і принципами здійснення зовнішньоекономічних операцій. Дослідити технологію проведення і укладання зовнішньоекономічних контрактів.

#### ***Самостійна робота***

1. Здійснити економічну оцінку умов міжнародних контрактів.

2. Провести аналіз ефективності зовнішньоекономічних операцій.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Зовнішньоторговельні контракти.

2. ІНКОТЕРМС.

### ***Завдання 15.***

**Організація виробництва та продажів.** Спільно із зав. Секцією здійснювати контроль за ходом торгово-технологічного процесу, приймати участь у проведенні інструктажів з питань асортименту і якості товарів, цін на них, практичного застосування НТД. Брати участь у розстановці робітників на робочих місцях з врахуванням раціонального розподілу праці. Спільно із зав. Секцією брати участь у виконанні контрольних функцій за виходом на робочі місця, подачею товарів, їх викладкою, якістю обслуговування, санітарним станом торговельного залу та інш. Дослідити рівень дисципліни праці.

#### ***Самостійна робота***

1. Прийняти участь в інструктажі з питань асортименту і якості товарів в розстановці робітників на робочих місцях.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Посадові інструкції працівників.

### ***Завдання 16.***

**Конкурентоспроможність підприємства.** Проаналізувати конкурентоспроможність підприємства в бізнесовому просторі. Визначити його сильні та слабкі сторони (можливості та загрози). Надати свої пропозиції щодо удосконалення «комплексу маркетингу» на підприємстві.

#### ***Самостійна робота***

1. За допомогою SWOT аналізу визначити сильні та слабкі сторони підприємства (можливості та загрози)

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**



1. SWOT аналіз.
2. Фінансова звітність підприємства

### ***Завдання 17.***

**Ринкові дослідження.** Розробити анкету, та провести дослідження щодо конкурентної позиції підприємства в бізнес просторі.

#### **Самостійна робота**

1. За допомогою методичних рекомендацій розробити анкету.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Анкета, лсит-опитувальник, програма інтерв'ю.

### ***Змістовний модуль 2.***

#### **Пропозиції щодо поліпшення організації комплексу маркетингу на підприємстві**

### ***Завдання 18.***

**Пропозиції щодо удосконалення товарної та цінової політики.** Надати свої пропозиції щодо удосконалення комплексу маркетингу на підприємстві, а саме: товарної та цінової політики.

#### **Самостійна робота**

1. За допомогою зведеної анкети проаналізувати комплекс маркетингу на підприємстві.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Анкети.
2. Зведені результати анкетування у вигляді діаграм, графіків, таблиць.

### ***Завдання 19.***

**Пропозиції щодо удосконалення комунікаційної та логістичної політики..** Надати свої пропозиції щодо удосконалення комплексу маркетингу на підприємстві, а саме: комунікаційної та логістичної політики.

#### **Самостійна робота**

1. Побудувати схеми товароруху на підприємстві.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Товаро-транспортні накладні

### ***Завдання 20.***

**Пропозиції щодо удосконалення СМК.** Надати свої пропозиції щодо удосконалення комплексу маркетингу на підприємстві, а саме розвитку СМК. Розробити власний рекламний буклет для досліджуваного підприємства, запропонувати керівництву для подальшого його впровадження.

#### **Самостійна робота**

1. Розробити рекламний буклет для рекламування підприємства.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Рекламні проспекти, каталоги, буклети, постери, листки.

### ***Завдання 21.***

**Пропозиції щодо удосконалення служби маркетингу.** Надати свої пропозиції щодо удосконалення служби маркетингу на підприємстві. Графічно показати

організаційну структуру досліджуваного підприємства, та окремо службу маркетингу на підприємстві.

#### **Самостійна робота**

1. Графічно показати маркетингову службу в організаційній структурі підприємства, та визначити її інтегрованість в структурі служби.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Загальні дані по підприємству.

#### ***Завдання 22.***

**Пропозиції щодо удосконалення комунікаційної політики.** Надати свої пропозиції щодо удосконалення комунікаційної політики на підприємстві. Визначитись із комунікаційними стратегіями які використовуються даним підприємством для просування продукції.

#### **Самостійна робота**

1. Описати, що таке Електронний довідник каталог та як він використовується у маркетингу.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Рекламні буклети.

2. Акції, виставки та ін.

#### ***Завдання 23.***

**Пропозиції щодо удосконалення організації документування у маркетингу.** Охарактеризувати документування та звітність у маркетингу. Визначити, що таке документ; розглянути види документів, що використовуються у маркетингу. Розглянути етапи формування маркетингових звітів та їх структуру.

#### **Самостійна робота**

1. Подати приклади документів, що використовуються у маркетингу. Сформувати звіт про проведення маркетингового дослідження на підприємстві – базі практики.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

1. Маркетинговий звіт.

#### ***Завдання 24.***

**Пропозиції щодо удосконалення автоматизації та розвитку електронного маркетингу.** Розкрити роль інформатики та комп'ютерної техніки у маркетингу. Визначити поняття електронного маркетингу, а саме використання веб-сайтів, електронної пошти, інтернет-банерів, реклами та продажу у соціальних мережах.

#### **Самостійна робота**

1. Описати засоби забезпечення автоматизації у маркетингу: теле-радіокомунікаційні, звукозаписуюча та екранна апаратура, засоби телефонного зв'язку, автоматизовані інформаційні системи маркетингу в комп'ютерних мережах.

**Рекомендований перелік документів для вивчення та оформлення на технологічній практиці**

2. Подати їх характеристику : Integrated Marketing Management, Marketing Resource Management, Enterprise Feedback Management.

## Структура навчальної практики.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	усього	У тому числі					усього	У тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р		л	п	лаб	інд	с.р
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль I</b>												
<b>Змістовний модуль 1.</b>												
<i>Характеристика маркетингової діяльності підприємства.</i>												
<b>Завдання 1.</b> Маркетинг-консалтингове дослідження підприємства	9		6			3						
<b>Завдання 2.</b> Характеристика маркетингової служби на підприємстві (відділу маркетингу).	9		6			3						
<b>Завдання 3.</b> Нормативно-правова база, що регламентує роботу маркетингової служби на підприємстві	9		6			3						
<b>Завдання 4.</b> Специфіка роботи системи маркетингу у ринкових умовах.	9		6			3						
<b>Завдання 5</b> Ринкова інфраструктура та сегментація ринку.	9		6			3						
<b>Завдання 6.</b> Маркетингова товарна політика.	9		6			3						
<b>Завдання 7.</b> Сервісна політика підприємства.	9		6			3						
<b>Завдання 8.</b> Політика ринкового коригування ціни – політика знижок на підприємстві.	9		6			3						
<b>Завдання 9.</b> Цінова політика підприємства.	9		6			3						
<b>Завдання 10.</b> Збутова політика підприємства.	9		6			3						
<b>Завдання 11.</b> Політика розподілу на підприємстві.	9		6			3						
<b>Завдання 12.</b> Маркетингові комунікації.	9		6			3						
<b>Завдання 13.</b> Контроль у маркетингу.	9		6			3						
<b>Завдання 14.</b> Міжнародний маркетинг.	9		6			3						
<b>Завдання 15.</b> Організація виробництва та продажів.	9		6			3						
<b>Завдання16.</b> Конкурентоспроможність підприємства.	9		6			3						
<b>Завдання 17.</b> Ринкові дослідження.	9		6			3						

<b>Всього за змістовним модулем 1.</b>	153		102			51						
<b>Змістовний модуль 2.</b>												
<i>Пропозиції щодо поліпшення організації комплексу маркетингу на підприємстві.</i>												
<b>Завдання 18.</b> Пропозиції щодо удосконалення товарної та цінової політики	9		6			3						
<b>Завдання 19.</b> Пропозиції щодо удосконалення комунікаційної та логістичної політики..	9		6			3						
<b>Завдання 20.</b> Пропозиції щодо удосконалення СМК.	9		6			3						
<b>Завдання 21.</b> Пропозиції щодо удосконалення служби маркетингу	9		6			3						
<b>Завдання 22.</b> Пропозиції щодо удосконалення комунікаційної політики	9		6			3						
<b>Завдання 23</b> Пропозиції щодо удосконалення організації документування у маркетингу	9		6			3						
<b>Завдання 24.</b> Пропозиції щодо удосконалення автоматизації та розвитку електронного маркетингу.	9		6			3						
<b>Всього за змістовним модулем 2.</b>	63		42			21						
<b>Разом</b>	216		144			72						

## 5. Теми практичних занять.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Модуль 1.</b>		
<i><b>Змістовний модуль 1.</b></i>		
<i><b>Характеристика маркетингової діяльності підприємства</b></i>		
1.	<b>Завдання 1.</b> Ознайомитись з організацією діяльності підприємства, його організаційною структурою управління, специфікою виробництва та реалізації товару (послуг). Звернути увагу на систему матеріально-технічного постачання.	6
2.	<b>Завдання 2.</b> Необхідно визначити специфіку діяльності маркетингових служб підприємства, проаналізувати організаційну структуру управління підрозділом, розглянути положення про відділ, посадові обов'язки кожного працівника служби і визначити зв'язки служби маркетингу з іншими підрозділами підприємства, а також кожного працівника служби маркетингу окремо	6
3.	<b>Завдання 3.</b> Дослідити основні законодавчі та нормативні акти з організації діяльності й управління підприємством. Організаційні документи у сфері створення системи маркетинг-менеджменту підприємства	6
4.	<b>Завдання 4.</b> Охарактеризувати ринок на якому діє підприємство. Визначити тип конкуренції, кон'юктуру ринку, динаміку основних ринкових показників.	6
5.	<b>Завдання 5.</b> Охарактеризувати ступінь розвитку ринкової інфраструктури. Визначити потенційних споживачів а саме: описати основні сегменти на яких діє ваше підприємство; виявити та охарактеризувати потреби споживачів..	6
6.	<b>Завдання 6.</b> Ознайомитися з маркетинговою товарною політикою підприємства (організації). Оцінити ширину та глибину асортименту, вимоги до якості товару, вимоги до упаковки товару.	6
7.	<b>Завдання 7.</b> Проаналізувати особливості сервісної політики підприємства. Визначити можливість цінової конкуренції на даному ринку.	6
8.	<b>Завдання 8.</b> Охарактеризувати види знижок та уцінок. Розкрити їх роль у маркетингу. Визначити можливість та цілі застосування знижок з ціни.	6
9.	<b>Завдання 9.</b> Сформувати практичні навички розрахунку й ефективності здійснення цінової політики. Особливу увагу звернути на методи встановлення цін, розрахунки з партнерами, види цін, що застосовуються на підприємстві, цінову політику конкурентів; ознайомитись з методами ціноутворення на підприємстві. Визначити, які види знижок застосовує підприємство при збуті власної продукції; визначити їх ефективність.	6
10.	<b>Завдання 10.</b> Визначити основні канали розповсюдження продукції. Особливу увагу звернути на ринкових посередників, що використовуються підприємством.	6
11.	<b>Завдання 11.</b> Дослідити можливість розвитку власної мережі розподілу, можливості вдосконалення стратегії розподілу. Охарактеризувати види посередників на ринку.	6
12.	<b>Завдання 12.</b> Визначити основні носії комунікацій та проаналізувати основні засоби стимулювання збуту. Оцініть види комунікацій та рівень їх ефективності.	6
13.	<b>Завдання 13.</b> Ознайомитись із системою оцінювання ефективності втілення маркетингових заходів, видами контролю, які застосовуються підприємством (вхідний, проміжний, вихідний), та їх ефективністю.	6
14.	<b>Завдання 14.</b> Ознайомитись із принципами і видами зовнішньоекономічної діяльності підприємства; видами і принципами здійснення зовнішньоекономічних операцій. Дослідити технологію проведення і укладання зовнішньоекономічних контрактів	6
15.	<b>Завдання 15.</b> Спільно із зав. Секцією здійснювати контроль за ходом торгово-технологічного процесу, приймати участь у проведенні інструктажів з питань асортименту і якості товарів, цін на них, практичного застосування НТД. Брати участь у розстановці робітників на робочих місцях з врахуванням раціонального розподілу праці. Спільно із зав. Секцією брати участь у виконанні контрольних	6

	функцій за виходом на робочі місця, подачею товарів, їх викладкою, якістю обслуговування, санітарним станом торговельного залу та інш. Дослідити рівень дисципліни праці	
16.	<b>Завдання 16.</b> Проаналізувати конкурентоспроможність підприємства в бізнесовому просторі. Визначити його сильні та слабкі сторони (можливості та загрози). Надати свої пропозиції щодо удосконалення «комплексу маркетингу» на підприємстві..	6
17.	<b>Завдання 17.</b> Розробити анкету, та провести дослідження щодо конкурентної позиції підприємства в бізнес просторі.	6
	<b>Всього за змістовним модулем I:</b>	102
<b>Змістовний модуль 2.</b>		
<b>Пропозиції щодо поліпшення організації комплексу маркетингу на підприємстві</b>		
18.	<b>Завдання 18.</b> Надати свої пропозиції щодо удосконалення комплексу маркетингу на підприємстві, а саме: товарної та цінової політики.	6
20.	<b>Завдання 19.</b> Надати свої пропозиції щодо удосконалення комплексу маркетингу на підприємстві, а саме: комунікаційної та логістичної політики.	6
21.	<b>Завдання 20.</b> Надати свої пропозиції щодо удосконалення комплексу маркетингу на підприємстві, а саме розвитку СМК. Розробити власний рекламний буклет для досліджуваного підприємства, запропонувати керівництву для подальшого його впровадження..	6
22.	<b>Завдання 21.</b> Надати свої пропозиції щодо удосконалення служби маркетингу на підприємстві. Графічно показати організаційну структуру досліджуваного підприємства, та окремо службу маркетингу на підприємстві.	6
23.	<b>Завдання 22.</b> Надати свої пропозиції щодо удосконалення комунікаційної політики на підприємстві. Визначитись із комунікаційними стратегіями які використовуються даним підприємством для просування продукції..	6
24.	<b>Завдання 23.</b> Охарактеризувати документування та звітність у маркетингу. Визначити, що таке документ; розглянути види документів, що використовуються у маркетингу. Розглянути етапи формування маркетингових звітів та їх структуру..	6
25.	<b>Завдання 24.</b> Розкрити роль інформатики та комп'ютерної техніки у маркетингу. Визначити поняття електронного маркетингу, а саме використання веб-сайтів, електронної пошти, інтернет-банерів, реклами та продажу у соціальних мережах..	6
38.	<b>Всього за змістовним модулем II:</b>	42
39	<b>Разом:</b>	144

## 6. Завдання для самостійної роботи.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Модуль 1.</b>		
<b>Змістовний модуль 1.</b>		
<b>Характеристика маркетингової діяльності підприємства.</b>		
1.	<b>Завдання 1.</b> Ознайомитися з паспортом магазину, правилами внутрішнього трудового розпорядку, інструкцією з охорони праці та техніки безпеки, Журналом обліку проведення інструктажів з техніки безпеки.	3
2.	<b>Завдання 2.</b> Ознайомитися із Статутом підприємства. Охарактеризувати структуру управління підприємством. Ознайомитися з Журналом обліку реалізації товарів та Штатним розписом.	3
3.	<b>Завдання 3.</b> Провести аналіз нормативної бази підприємства. Охарактеризувати Закон України «Про підприємства» та Закон України «Про підприємницьку діяльність».	3
4.	<b>Завдання 4.</b> Визначити основних конкурентів підприємства (організації). Охарактеризувати конкурентні позиції підприємства – бази практики	3

5.	<b>Завдання 5.</b> Оцінити товари, що випускаються відповідно до вимог споживачів. Опрацювати документи відділу маркетингу.	3
6.	<b>Завдання 6.</b> Дослідити та проаналізувати етапи виходу нового товару. Охарактеризувати стратегічний бізнес-портфель фірми.	3
7.	<b>Завдання 7.</b> Охарактеризувати основні методи ціноутворення на даному ринку. Визначити особливості цінової стратегії вашого підприємства Опрацювати звітну документацію підприємства (організації).	3
8.	<b>Завдання 8.</b> Навести приклад товарів зі знижками. Оформити акційні цінники, товарні ярлики. Представити зразки оформлення цінників, товарних ярликів.	3
9.	<b>Завдання 9.</b> Скласти 2 касових звіти. Оформити документи на здачу виручки в банк. Опрацювати Книгу обліку розрахункових операцій, Фінансовий звіт.	3
10.	<b>Завдання 10.</b> Визначити основних посередників, та постачальників підприємства. Представити Товарний звіт (з копіями документів, що додаються до звіту) та звіт про рух тари.	3
11.	<b>Завдання 11.</b> Розробити і запропонувати власну стратегію розподілу на підприємстві. Представити алгоритм розподілу (графік). Опрацювати Договори з постачальниками, посередниками.	3
12.	<b>Завдання 12.</b> Розробити макет реклами (постер) ЖТЕК КНТЕУ спеціальності маркетинг, всього коледжу, або будь-якої іншої спеціальності. Визначити комунікаційні стратегії підприємства. Опрацювати статистичну інформацію та стратегічний план підприємства	3
13.	<b>Завдання 13.</b> Визначити можливість застосування нових методів контролю на підприємстві. Опрацювати фінансову звітність підприємства	3
14.	<b>Завдання 14.</b> Здійснити економічну оцінку умов міжнародних контрактів. Провести аналіз ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства. Охарактеризувати зовнішньоторговельні контракти та умови ІНКОТЕРМС	3
15.	<b>Завдання 15.</b> Прийняти участь в інструктажі з питань визначення асортименту і якості товарів в розстановці робітників на робочих місцях. Опрацювати Посадові інструкції працівників.	3
16.	<b>Завдання 16.</b> За допомогою SWOT аналізу визначити сильні та слабкі сторони підприємства (можливості та загрози).	3
17.	<b>Завдання 17.</b> За допомогою методичних рекомендацій розробити анкету. Охарактеризувати лсит-опитувальник, програму інтерв'ю.	3
	<b>Всього за змістовним модулем І:</b>	51
<b>Змістовний модуль 2.</b>		
<b>Пропозиції щодо поліпшення організації комплексу маркетингу на підприємстві</b>		
18.	<b>Завдання 18.</b> За допомогою зведеної анкети проаналізувати комплекс маркетингу на підприємстві. Представити зведені результати анкетування у вигляді діаграм, графіків, таблиць.	3
20.	<b>Завдання 19.</b> Побудувати схеми товароруку на підприємстві . Опрацювати Товаротранспортні накладні.	3
21.	<b>Завдання 20.</b> Розробити рекламний буклет для рекламування підприємства. Охарактеризувати рекламні проспекти, каталоги, буклети, постери, листки.	3
22.	<b>Завдання 21.</b> Графічно зобразити маркетингову службу в організаційній структурі підприємства, та визначити її інтегрованість в структурі служби. Опрацювати Статут.	3
23.	<b>Завдання 22.</b> Описати, що таке Електронний довідник каталог та як він використовується у маркетингу. Описати процес проведення акції та виставок	3
24.	<b>Завдання 23.</b> Подати приклади документів, що використовуються у маркетингу. Сформулювати звіт про проведення маркетингового дослідження на підприємстві – базі практики.	3
25.	<b>Завдання 24.</b> Описати засоби забезпечення автоматизації у маркетингу: теле-радіокомунікаційні, звукозаписуюча та екранна апаратура, засоби телефонного	3

	зв'язку, автоматизовані інформаційні системи маркетингу в комп'ютерних мережах Подати їх характеристику: Integrated Marketing Management, Marketing Resource Management, Enterprise Feedback Management	
38.	<b>Всього за змістовним модулем II:</b>	21
39	<b>Разом:</b>	72

### 7. Методи навчання

Бесіда, розповідь, діалог; демонстрація; міждисциплінарна інтеграція; використання ТЗН:

- словесні (пояснення, інструктаж, проблемний виклад, дослідницько-пошукова робота, дискусія);
- наочні (ілюстрація –схема; демонстрація – слайди, мультимедійні файли, схеми-конспекти);
- практичні (виконання розрахункових завдань; робота з опорними схемами, створення рекламних текстів та проспектів).

### 8. Методи контролю

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів технологічної практики:

- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- Диф. залік.

### 9. Форми поточного та підсумкового контролю

Усне опитування; захист матеріалів технологічної практики, диф.залік.

### 10. Критерії оцінювання

Оцінювання знань студентів з «Технологічної практики» здійснюється на основі результатів підсумкового контролю, що відбувається у вигляді Диф.заліку що проводиться у форму захисту матеріалів практики.

Критерії оцінки захисту матеріалів технологічної практики:

– **«відмінно»** - за глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах; аргументоване висловлення своєї думки; вміння аналізувати економічні явища, у їхньому взаємозв'язку і розвитку та робити обґрунтовані висновки; творчий підхід до виконання індивідуальних завдань; здатність чітко і лаконічно, логічно і послідовно відповідати на поставлені запитання; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних завдань, вчасне виконання всіх завдань практики, оформлений згідно вимог Звіт та Щоденник з технологічної практики;

– **«добре»** - за ґрунтовні знання навчального матеріалу, аргументовані відповіді на поставлені запитання; здатність аналізувати економічні явища та робити обґрунтовані висновки; вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язування практичних завдань; аргументовані відповіді на поставлені запитання, які, однак, містять певні (несуттєві) неточності; здатність аналізувати економічні явища та робити висновки, які можуть бути неповними та недостатньо обґрунтованими; вчасне виконання всіх завдань практики, оформлений згідно вимог Звіт та Щоденник з технологічної практики;

– **«задовільно»** - за знання навчального матеріалу на репродуктивному рівні; не достатньо аргументовані відповіді; посередню здатність аналізувати економічні явища та робити висновки; уміння використовувати теоретичні знання лише у стандартних



ситуаціях під час розв'язання практичних завдань або міцні знання теоретичного матеріалу, проте слабке застосування теоретичних положень під час розв'язання практичних завдань; за посередні знання навчального матеріалу, мало аргументовані відповіді, слабке застосування теоретичних положень або невміння їх застосування під час розв'язання деяких практичних завдань;

– «незадовільно» - за відсутність знань стосовно певної частини матеріалів практики, суттєві помилки у відповідях на запитання, невміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних завдань; за відсутність знань стосовно значної частини навчального матеріалу та основних фундаментальних положень, суттєві помилки у відповідях на запитання, нездатність орієнтуватися під час розв'язання практичних завдань, не вчасне виконання всіх завдань практики, оформлений Звіту та Щоденнику з технологічної практики не за вимогами.

## **11. Методичне забезпечення**

1. Інструкційні картки для виконання практичних завдань.
2. Завдання для самостійної роботи та методичні рекомендації з їх виконання.
3. Критерії оцінювання знань студентів.
4. Презентаційні матеріали.

## **12. Рекомендована література**

### *Нормативні документи*

1. Конституція України (зі змінами № 2680-VIII від 07.02.2019).
2. Господарський кодекс України (зі змінами № 2672-VIII від 17.01.2019).
3. Закони України: «Про захист прав споживачів» (зі змінами № 2740-VIII від 06.06.2019).
4. Закони України: «Про ціни та ціноутворення в Україні» (зі змінами № 2168-VIII від 19.10.2017).
5. Закони України: «Про рекламу» (зі змінами № 2484-VIII від 03.07.2018)
6. Закони України: «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (зі змінами №317-VIII (317-19) від 09.04.2015).
7. ДСТУ 3294-95 Маркетинг. Терміни та визначення основних понять. - Видання офіційне – Київ: ДЕРЖСТАНДАРТ УКРАЇНИ, 1996 (діючий).

### *Основні підручники і навчальні посібники*

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. / С.С. Гаркавенко - К: Лібра. - 2002.
2. Гоманюк М.А. Інтерв'юер у масовому опитуванні. Кишеньковий навчально-методичний посібник. / М.А. Гоманюк – Херсон: Гілея. - 2013. – 84 с
3. Липчук В. В. Маркетинг: основи теорії та практики –/ В.В. Липчук - Львів: „Новий світ” – 2003.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
5. Мазаракі А.А. Міжнародний маркетинг / А.А. Мазаракі, О.О. Чаюн – К.: КНТЕУ, 2002.
6. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2016. - 148 с.
7. Маркетинг: підручник / [В.Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.]. ред. – упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – [4-те вид.]. – К.: навч.- метод. центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2009. – 648с.

*Додаткові підручники і посібники, періодичні видання*

1. Зозульков О. Схема аналізу поведінки споживачів на промисловому ринку / О. Зозульков, А. Василенко // Маркетинг в Україні. – 2017. – № 1 (100). – С. 24-31.
2. Косар Н. С. Перспективи розвитку торговельних мереж в Україні / Н. С. Косар, Н. Є. Кузьо // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 7 (181). – С. 97-109.
3. Ільїна С. Підготовка зі створення примірних специфікацій на маркетингові дослідження / С. Ільїна // Маркетинг в Україні. – 2017. – № 1 (100). – С. 52-57.
4. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод.посібник для самоствивч.диск. / В.Я. Кардаш -К.: КНЕУ,2000.
5. Шандрівська О. Є. Комплексний аналіз ринку логістичних послуг в Україні / О. Є. Шандрівська, Л. Ю. Шевців // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 7 (181). – С. 163-173.
6. Марченко С.М. Основи маркетингу. У схемах і таблицях. Навч.посіб. / С.М. Марченко -К.: Центр “Методика - інформ”, 2002
7. Павленко А.Ф. Маркетинг: Навч.-метод.посіб.для самоствивч. Вивч. Дисципліни / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак - К.: КНЕУК, 1999
8. Пустовит И. Эффективность цепей поставок чаще всего оценивают с точки зрения затрат / И. Пустовит // Логистика: проблемы и решения. – 2017. – № 1. – С. 42-45.
9. Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е.Н. Скляр. - М.: Дашков и К, 2015. - 216 с.
10. Журнали: «Маркетинг в Україні», «Споживач».

*Інформаційні ресурси мереж Internet*

1. [www.consumerinfo.org.ua](http://www.consumerinfo.org.ua)
2. [www.nbuu/portal/ua](http://www.nbuu/portal/ua).
3. [www.business.kiev.ua](http://www.business.kiev.ua)
4. газета «Частный предприниматель»: [www.chp.com.ua](http://www.chp.com.ua)
5. газета «Галицькі контракти» [www.gc.lviv.ua](http://www.gc.lviv.ua).
6. [www.blitz-price.com.ua](http://www.blitz-price.com.ua)