

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра економічної теорії та економічних методів управління

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

**Проректор з науково-педагогічної роботи**  
Пантелеймонов А.В.

“\_\_\_\_\_” червня 2018 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**ВИРОБНИЧОЇ КОМПЛЕКСНОЇ ФАХОВОЇ ПРАКТИКИ**  
**з управління попитом**  
(назва практики)

рівень вищої освіти	магістр
галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
спеціальність	073 Менеджмент
освітня програма	«Бізнес адміністрування»
вид дисципліни	обов'язкова
факультет	економічний

2018 / 2019 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою економічного факультету протокол № 8 від “ 22 ” червня 2018 року,

**РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:**

Д.е.н., проф. Коломієць Г.М. професор кафедри економічної теорії та економічних методів управління

К.е.н. Меленцова О.В., доцент кафедри економічної теорії та економічних методів управління

Програму схвалено на засіданні кафедри економічної теорії та економічних методів управління

Протокол № 10 від “ 01 ” червня 2018 року

Завідувач кафедри  
економічної теорії та економічних методів управління \_\_\_\_\_  
Гриценко А.А.

Програму погоджено методичною комісією економічного факультету Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна

Протокол № 9 від “ 21 ” червня 2018 року

Голова методичної комісії \_\_\_\_\_ Євтушенко В.А.

## ВСТУП

Програма виробничої ознайомчої практики з управління попитом складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки другого рівня вищої освіти, освітньо кваліфікаційного рівня магістр

спеціальності 073 МЕНЕДЖМЕНТ

ОПП «Бізнес адміністрування»

### 1. Опис виробничої комплексної фахової практики з управління попитом

1.1. **Мета** комплексної фахової практики — на основі інтеграції знань, отриманих в процесі навчання, вдосконалення навиків і умінь, їх оновлення в умовах неповної і недостатньої інформації та суперечливих вимог господарського середовища, формування компетентностей з критичного осмислення проблем і розробки пропозицій щодо прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, презентації результатів і висновків з застосуванням сучасних комунікаційних технологій.

1.2. **Основні завдання** практики є вироблення здібностей:

- діагностувати стан маркетингового середовища,
- проводити компаративний аналіз ринків,
- відбирати привабливі ринки для фірми,
- вибирати перспективні ринкові сегменти,
- визначати комплекс методів та інструментів реалізації стратегічних рішень,
- розробляти пропозиції по проведеному дослідженню та ясно і чітко в відведений час їх представляти.

1.3. Характеристика практики	
Кількість кредитів 6 кр.	
Загальна тривалість - 4 тижні без відриву (при 5 денній тижні)	
Нормативна	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
2-й	2-й

1.4. Заплановані результати навчання

**знати:**

- терміни і зміст діяльності управління попитом,
- методи дослідження ринкового середовища середовища,
- маркетингові стратегії
- складові комплексу маркетингу

**вміти:**

- провести SWOT-аналіз,
- вибрати маркетингову стратегію фірми,

- втілити її в маркетинговій програмі

## 2. Зміст і етапи виконання практики

Відповідно до мети та завдань практики, яка передбачає аналіз управління попитом конкретних підприємств м. Харкова та Харківської області, робота здійснюється за наступними етапами:

**1. Етап — дослідницький.** На цьому етапі студенти визначають загальні умови, тенденції та особливості економічної діяльності підприємств м. Харкова та Харківської області, досліджують діяльність підприємств — об'єктів практики, визначають проблеми, формулюють гіпотези, цілі та завдання дослідження, розробляють логіко-структурну схему науково-прикладного дослідження.

Конкретні завдання:

- 1) визначення інституційних умов реалізації бізнесу м. Харкова та Харківської області,
- 2) ділова зустріч з керівниками підприємств-об'єктів практики,
- 3) формулювання проблеми та гіпотези дослідження,
- 4) визначення цілі та завдань дослідження,
- 5) розробка плану дослідження.

**2. Етап — аналітичний.** На цьому етапі студенти проводять збір, систематизацію, обробку та аналіз інформації з обраної теми дослідження, здійснюють діагностику економічної діяльності конкретного підприємства та бізнес-середовища.

Конкретні завдання:

- 1) формування інформаційної бази дослідження,
- 2) аналіз маркетингового середовища,
- 3) визначення ринкових можливостей бізнесу,
- 4) діагностика сильних сторін організації,
- 5) виокремлення конкурентних переваг.

**3. Етап — проектний.** На цьому етапі студенти визначають стратегії бізнесу підприємства — об'єкта практики, розробляють рекомендації щодо їх практичної реалізації в комплексі маркетингу, складають форму контракту.

Конкретні завдання:

- 1) вибір маркетингових стратегій,
- 2) конкретизація маркетингових стратегій в комплексі маркетингу
- 3) розрахунок точки бізбитковості,,
- 4) підготовка проекту контракту.

**4. Етап - презентаційний.** Студент готує звіт по практиці і презентацію основних висновків на підсумкову конференцію з практики.

Конкретні завдання

- 1) Оформити щоденник практики
- 2) Підготувати звіт з практики
- 3) Розробити презентацію основних результатів дослідження.

### 3. Бюджет робочого часу програми виробничо-ознайомчої практики

№ п/п	Етапи робіт за програмою практики	Орієнтовний розподіл кількості	
		у %	днів / годин
1.	Етап 1. дослідницький.	20	520
2.	Етап 2. аналітичний	40	6/24
3.	Етап 3. проектний	30	8/32
4.	Етап 4. презентаційний	10	1/4
	<b>Разом:</b>	<b>100</b>	<b>20/80</b>

Проходження практики складається з таких видів робіт:

- практичні заняття під керівництвом викладача,
- ділові співбесіди з представниками підприємств м. Харкова та Харківської області,
- відвідування установ, виставочних заходів та підприємств м. Харкова та Харківської області,
- самостійна робота з інформаційними джерелами, методичною і навчальною літературою,
- самостійне проведення ринкових досліджень,
- індивідуальні консультації з викладачем-керівником практики, експертами з окремих питань,
- публічний захист результатів дослідження.

### 3. Вимоги до баз виробничої комплексної фахової практики з управління попитом (назва практики)

Об'єктами практики мають бути українські виробники товарів та послуг, різних форм власності, видів господарської діяльності, організаційно-правового статусу, здійснюють виробничу, торговельну, виробничо-торговельну, посередницьку, оптово-збутову та інші види діяльності, які мають офіційне висвітлення в інтернет середовищі.

### 4. Індивідуальні завдання з практики (не передбачені)

### 5. Вимоги до звіту про виробничу комплексну фахову практику з управління попитом (надаються в методичних)

розміщенні в виданні Коломієць Г.М., Дідорчук І.Л., Меленцової О.В. «Навчально-методичні рекомендації до виконання завдань комплексної фахової практики з управління попитом для студентів спеціальності 8.18010016 «Бізнес-адміністрування» Харків: ХНУ. 2014. 84 с.

### 6. Підбиття підсумків виробничої комплексної фахової практики з управління попитом (назва практики)

Виробничої комплексна фахова практика з управління попитом завершується конференцією, на якій здійснюється публічний захист звітів здобувачів вищої освіти з презентацією їх головних висновків і підведення підсумків практики.

## 7. Критерії оцінювання результатів виробничої комплексної фахової практики з управління попитом

Рівень сформованості фахових вмінь (вміння застосовувати на практиці набуті знання):

- низький – володіння умінням здійснювати первинну обробку інформації без подальшого її аналізу;
- середній – уміння вибирати відомі способи дій для виконання фахових завдань;
- достатній – застосовує набуті знання у стандартних практичних ситуаціях;
- високий – володіння умінням творчо-пошукової діяльності.

## 8. Методи контролю та схема нарахування балів

№ п/п	Етапи робіт за програмою практики	Методи контролю (письмовий звіт, що містить)
1.	<b>Етап 1. дослідницький.</b>	розробка плану дослідження
2.	<b>Етап 2. аналітичний</b>	аналіз маркетингового середовища, визначення ринкових можливостей бізнесу
3.	<b>Етап 3. проектний.</b>	вибір маркетингових стратегій, конкретизація маркетингових стратегій в комплексі маркетингу
4.	<b>Етап 4. презентаційний</b>	подання щоденнику, звіту і презентації.

Оцінювані види робіт	бали
Дослідницький етап	20
Аналітичний етап	20
Проектний етап	20
Презентаційний етап	40 зокрема:
- оформлення звіту, щоденнику	- 20
- презентація	- 20
Загалом	100

## Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для екзамену	для заліку
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

## 9. Рекомендована література

### Основна

1. Азарян, Е.М. Международный маркетинг : учебное пособие для вузов : / Азарян, Е.М. . - К. : Студцентр, 1998. — 199 с.
2. Армстронг Г., Котлер Ф., Введение в маркетинг (Marketing: AnIntroduction), 8-е изд, М., издательство «Вильямс», 2007. 832 стор.
3. Багиев Г. Л. Международный маркетинг : Учебник для вузов : / Багиев Георгий Леонидович, МоисееваНина Константиновна, Никифорова Светлана Владимировна . - СПб.; М.; Х.; Минск : Питер, 2001 . - 512 с.
4. Коломиец А.Н., Дидорчук И.Л. Международный маркетинг. Методическое пособие по подготовке контрольной работы. — Харьков: ХНУ. 2009. — 40 с.
5. Котлер Ф., Вероника Вонг, Джон Сондерс, Гари Армстронг, Основы маркетинга, 4-е европейское издание (Principles of Marketing: European Edition 4th), М., издательство «Вильямс». 2007. — 1200 стор.
6. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М.Азарян, Н.О.Бабенко та ін: Ред.-упоряд. О.І.Сидоренко, Л.С.Макарова. 2-е вид. - К.: Навчально-видавничий центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2008. - 648 стор.
7. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М.Азарян, О.А.Виноградов та ін: Ред.-упоряд. О.І.Сидоренко, П.С.Редько. - К.: Навчально-видавничий центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. - 422 стор.
8. Методичні поради з виконання навчальної «Інформаційно-комп'ютерної» практики (тренінгу) для студентів спеціальності 6.030503 — «Міжнародна економіка». Беренда С.В., Кошкарьова Є.Л. — Харків: ХНУ. 2009. — 32 с.
9. Навчально-методичні рекомендації до підготовки контрольної роботи з дисципліни «Маркетинг». — Коломиець Г.М., Дідорчук І.Л. — Харків: ХНУ. 2012. — 22 с.
10. Портер, М. Конкуренция = On Competition : перевод с : англ. / Портер, Майкл, Пелявский, О.Л., Уриханян, А.П., Усенко, Е.Л.— Испр. изд. — М.; СПб.; К. : Вильямс, 2005. — 602 с.
11. Портер, Майкл Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран : / Портер, Майкл . - М. : Международные отношения, 1993. — 896 с.

### Додаткова

1. Гаркавенко С.С.,Маркетинг: Підручник. – К.: Лібра, 2002. – 712 с.
2. Для тих, хто вивчає маркетинг [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.studymarketing.in.ua/>.
3. Коломиец, А.Н. Экономические риски : Учеб. пособие : / Коломиец, А.Н., Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина . - Х. : 2000. — 64 с.
4. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів : перевод с : англ. / Портер М., Олійник А., Скільський Р. . - К. : Основи, 1998 . - 390 с.

### Джерела аналітичної інформації

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2. Офіційний сайт Головного управління статистики у Харківській області [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua/>
3. Компаньон online [Электронный ресурс] / Режим доступу: <http://www.companion.ua/>
4. Бизнес журнал online [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.business-magazine.ru/>
5. РБК-Украина Информационное агентство [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.rbc.ua/>
6. Эксперт Украина [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.expert.ua>
7. Журнал «Маркетинг в Украине» (Украинской Ассоциации Маркетинга) [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://uam.in.ua/rus/content/nashi\\_proekti/jurnal/arhiv.php](http://uam.in.ua/rus/content/nashi_proekti/jurnal/arhiv.php)
8. Полезные ссылки, журналы, газеты [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.simon.ua/zhurnaly,gazety.htm>
9. Журнал «Фінанси України» [Электронный ресурс] / Режим доступу: [http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/category/bottom?cat\\_id=35691](http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/category/bottom?cat_id=35691)