

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

**Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої
освіти**

сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

Кафедра світової економіки

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою ДТЕУ

(пост. п. від «29» 08 2023 р.)

Ректор



Анатолій МАЗАРАКІ

**ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА
НАСКРІЗНА ПРОГРАМА**

освітній ступінь	бакалавр	/ bachelor
галузь знань	29 Міжнародні відносини	/ International relations
спеціальність	292 Міжнародні економічні відносини	/ International Economic Relations
освітня програма	Міжнародний маркетинг	/ International marketing

Київ 2023

Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ
заборонено

Автори: Ладиченко К. І., канд. екон. наук, доцент
Новак О. В., канд. екон. наук

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри світової економіки
13.06.2023 р., протокол № 13.

Рецензенти: М. В. Корж, докт. екон. наук, проф.
А. С. Бондар, керівник проєктів Центру підтримки
експорту

ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА НАСКРІЗНА ПРОГРАМА

освітній ступінь	бакалавр	/ bachelor
галузь знань	29 Міжнародні відносини	/ International relations
спеціальність	292 Міжнародні економічні відносини	/ International Economic Relations
освітня програма	Міжнародний маркетинг	/ International marketing

Автори: Ладиченко К. І., канд. екон. наук, доцент
Новак О. В., канд. екон. наук

ВСТУП

Наскрізню програму практичної підготовки розроблено для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у галузі знань 29 «Міжнародні відносини» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародний маркетинг». За робочим навчальним планом практична підготовка здобувачів вищої освіти передбачає проходження практики протягом 2 тижнів на III курсі та протягом 4 тижнів на IV курсі навчання.

Практична підготовка студентів є необхідною складовою навчального процесу. За вибором студента та погодженням з керівником практики від ДТЕУ практична підготовка може відбуватися в межах ДТЕУ, в органах державного управління та місцевого самоврядування, на підприємствах національної економіки всіх форм власності, в установах та організаціях, діяльність яких фінансується за рахунок коштів державного та/або місцевих бюджетів, коштів приватних та інституційних інвесторів тощо. Бази практики повинні використовувати передові форми та методи управління й організації аналітичної, планово-економічної роботи, комерційної діяльності, впроваджувати прогресивні технології виробництва, організації праці та управління. Штат має бути укомплектований висококваліфікованими фахівцями здатними створити відповідні умови студентам у здобутті професійних навичок.

Наскрізню програму практичної підготовки розроблено відповідно до: Закону України «Про вищу освіту», постанови Кабінету Міністрів України від 12.08.2015 р. № 579 «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність», наказу МОН від 16.10.2009 р. № 943 «Про запровадження у вищих навчальних закладах України Європейської кредитно-трансферної системи», інших нормативно-правових актів МОН України, а також Методичних рекомендацій щодо розробки програм та робочих програм практичної підготовки, Правил внутрішнього розпорядку, Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів, Положення про організацію освітнього процесу студентів, Порядку організації практики студентів за кордоном, Положення про практичну підготовку здобувачів вищої освіти, відповідної освітньо-професійної програми, навчальних планів ДТЕУ, графіків освітнього процесу.

Наскрізна програма практичної підготовки містить такі розділи:

Вступ

1. Загальні положення:

- 1.1. Мета і завдання практичної підготовки.
- 1.2. Організація та керівництво практичною підготовкою
2. Взаємозв'язок практичної підготовки з науково-дослідною роботою студентів
3. Зміст практичної підготовки.
4. Список рекомендованих джерел.
5. Додатки.

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Мета і завдання практичної підготовки

Метою є опанування студентами сучасних методів та форм організації їх майбутньої професії, формування на базі отриманих в ДТЕУ знань, умінь і навичок можливостей прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи та в реальних ринкових і виробничих умовах; виховання потреби систематично оновлювати свої знання, творчо застосовувати їх в практичній діяльності.

Основне *завдання* програми практичної підготовки полягає в тому, щоб чітко спланувати та регламентувати діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів в цей період освітнього процесу, який проводиться в університеті та на базах практичної підготовки.

За робочим навчальним планом практична підготовка студентів здійснюється в VI семестрі на III курсі (тривалість – 2 тижні) та у VIII семестрі на IV курсі (тривалість – 4 тижні), див. табл. 1.

Таблиця 1

Схема організації практичної підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» освітньої програми «Міжнародний маркетинг»

№ з/п	Вид практики	Семестр	Тривалість (тижні)/години/кредити ЄКТС
1	Практична підготовка 1	VI	2/90/3
2	Практична підготовка 2	VIII	4/180/6

Організація практичної підготовки передбачає безперервність і послідовність її проведення при отриманні достатнього обсягу практичних знань і умінь щодо аналізу міжнародного економічного середовища, особливостей та закономірностей функціонування та розвитку галузевих ринків, кон'юнктури світових ринків, розробки стратегій конкурентної поведінки суб'єктів ринку відповідно до світових економічних та геополітичних викликів, ефективності маркетингових заходів на національному та міжнародних ринках.

Метою практичної підготовки здобувачів вищої освіти є формування у студентів професійних умінь і навичок під час професійної діяльності в реальних ринкових умовах; поглиблення та закріплення теоретичних знань, отриманих під час вивчення дисциплін професійної підготовки, виховання потреби постійно

поповнювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності.

Основними завданнями практичної підготовки здобувачів вищої освіти є:

- *набути вміння аналізувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність підприємств, організацій та установ в сучасних умовах господарювання, та використовувати їх на практиці, встановлювати правову відповідність ринкових дій суб'єкта господарювання, органу влади, установи, організації, що є базою практики, чинному законодавству;*
- *розвинути розуміння принципів організації світової та вітчизняної економіки, факторів, які їх детермінують; визначати і діагностувати вплив екзогенних та ендогенних факторів розвитку окремої галузі в окремій країні та світі, навички розробки прогнозів розвитку сегментів міжнародних ринків товарів і послуг;*
- *набути вміння ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання економічних даних, аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні показники діяльності та показники конкурентоспроможності товарів/послуг на внутрішньому та глобальному ринку конкретного підприємства, організації чи установи, обраної базою практики;*
- *навчитися здійснювати оцінку ринкового середовища, використовуючи інформаційні технології для аналізу стану та динаміки розвитку галузевих і світових ринків;*
- *навчитися аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин, зокрема вміти оцінювати економічні ефекти впливу регуляторного середовища на розвиток галузевого ринку, поведінку його суб'єктів, з метою ефективної взаємодії між суб'єктами галузевого ринку, а також інституційними суб'єктами, що здійснюють його регулювання, формувати ефективну галузеву політику, розробляти пропозиції та рекомендації щодо її удосконалення на засадах узгодження цілей та інтересів різних економічних суб'єктів;*
- *навчитися використовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати, впроваджувати розроблені рекомендації та*

пропозиції в практичну діяльність економічного суб'єкта – бази практики;

- навчитися обґрунтовувати господарські рішення і напрями зменшення маркетингових ризиків виведення нового товару на зовнішній ринок на основі економічного аналізу міжнародного ринкового середовища;
- закріпити практичні навички критичного оцінювання та формулювати висновки з аналітичних даних щодо функціонування підприємств та ефективності їх міжнародної маркетингової діяльності;
- набути досвід професійної аргументації для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері міжнародного маркетингу;
- розвинути комплекс соціальних навичок, в числі яких: гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами, у невизначених умовах, критичне, креативне, самокритичне мислення; здатність діяти соціально, відповідально та свідомо.

Отже, практична підготовка здобувачів вищої освіти спрямована на закріплення та поглиблення знань, отриманих студентами в процесі вивчення навчальних дисциплін, передбачених освітньою програмою «Міжнародний маркетинг», формування практичних вмінь та навичок тощо.

1.2. Організація та керівництво практичною підготовкою

Відповідальність за організацію та проведення практичної підготовки здобувачів вищої освіти покладається на керівника практики від ДТЕУ.

Загальну організацію практичної підготовки та контроль за її проведенням здійснює проректор. Навчально-методичне керівництво і виконання програми практики забезпечує кафедра світової економіки (далі – кафедра) під керівництвом декана факультету міжнародної торгівлі та права (далі – факультет).

Керівництво навчально-методичним забезпеченням практичної підготовки на факультеті здійснюється деканатом. Декан факультету здійснює підготовку проєктів наказів про направлення студентів на практику за поданням кафедри щодо персонального розміщення здобувачів вищої освіти на базах практики; бере участь в проведенні організаційно-установчих зборів, на яких інформує здобувачів вищої освіти про мету і завдання практики, а також про місце і терміни її проведення та форми звітування; здійснює контроль за організацією

та проведенням практики кафедрою, виконанням програм практик, своєчасним захистом звітів та оформленням документації за підсумками практики; заслуховує звіт кафедри про проведення практики на раді факультету.

Організаційними заходами, що забезпечують підготовку та порядок проведення практичної підготовки, є:

- розробка наскрізної програми практичної підготовки та робочих програм практичної підготовки за всіма її видами, які передбачені навчальними планами;

- визначення баз практичної підготовки і укладання договорів про проведення практичної підготовки здобувачів вищої освіти;

- розподіл здобувачів вищої освіти за базами практики;

- призначення керівників практики;

- підготовка документації для проходження практичної підготовки здобувачів вищої освіти (направлення на практику, щоденник).

З підприємствами-базами практичної підготовки ДТЕУ завчасно укладає договори на проведення практики. Тривалість дії договорів узгоджується договірними сторонами і може визначатися як на період конкретного виду практичної підготовки, так і на декілька років.

Здобувачі вищої освіти можуть самостійно підбирати для себе місце проходження практичної підготовки та пропонувати його для використання тільки за погодження кафедри. Проходження практики в цьому випадку здійснюється на основі оформлення індивідуального договору про проведення практики здобувачів вищої освіти (Додаток А).

Розподіл здобувачів вищої освіти за базами практичної підготовки та призначення керівників здійснюється кафедрою, погоджується з деканом та навчальним відділом і оформлюється наказом ректора.

На початку практики здобувачі вищої освіти проходять інструктаж з охорони праці та техніки безпеки, знайомляться з правилами внутрішнього розпорядку підприємства, порядком отримання документації, правилами користування обладнанням та матеріалами.

За наявності вакантних місць здобувачі вищої освіти можуть бути зараховані на штатні посади, у разі якщо зміст роботи відповідає вимогам програми практичної підготовки.

Первинні посади, які може займати здобувач вищої освіти випускник – бакалавр: професіонал з фінансово-економічної безпеки; професіонал у сфері маркетингу, ефективності господарської

діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; професіонал державної служби та місцевого самоврядування; економіст; професіонал з управління проектами та програмами тощо.

На здобувачів вищої освіти-практикантів під час проходження практичної підготовки розповсюджуються законодавство про працю та правила внутрішнього розпорядку організації, підприємства, установи тощо.

Тривалість робочого часу здобувачів вищої освіти під час проходження практичної підготовки регламентується Кодексом законів про працю України та іншими законодавчими актами, що регламентують соціально-трудова відносини.

Керівництво практичною підготовкою здобувачів вищої освіти від університету передбачає видачу здобувачам індивідуальних завдань та необхідних інструкцій щодо проходження практики, а також надання консультацій в університеті, перевірку виконання загальних та індивідуальних завдань.

Практична підготовка студентів проводиться на базах практики, які відповідають таким вимогам:

- базами практичної підготовки можуть бути підприємства різних форм власності, видів економічної діяльності, організаційно-правового статусу, асоціації чи інші об'єднання підприємств, громадські організації, які є юридичними особами, а також органи державної влади та місцевого самоврядування;
- бази практичної підготовки повинні використовувати передові форми та методи управління й організації аналітичної, планово-економічної роботи, комерційної діяльності, впроваджувати прогресивні технології виробництва, організації праці та управління;
- можливість надання здобувачам вищої освіти на час практичної підготовки робочих місць;
- обов'язкове забезпечення безпечних умов праці здобувачів вищої освіти;
- можливість забезпечення здобувачів вищої освіти-практикантів необхідною робочою документацією, що відображає діяльність різних підрозділів суб'єкту міжнародної діяльності.

Штат бази практичної підготовки має бути укомплектований висококваліфікованими фахівцями, здатними забезпечити належне керівництво практичною підготовкою здобувачів вищої освіти.

Керівник практичної підготовки від ДТЕУ повинен забезпечити:

- оцінку стану та відповідності бази практичної підготовки основним вимогам та їх готовності для прийняття здобувачів вищої освіти;

- проведення разом з деканатом установчих зборів здобувачів вищої освіти, які відбуваються для проходження практичної підготовки;

- проведення всіх підготовчих організаційних заходів та ознайомлення здобувачів вищої освіти з робочою програмою практичної підготовки перед початком практичної підготовки;

- складання графіка виконання програми практичної підготовки;

- формування завдань здобувачам вищої освіти-практикантам зі збору матеріалів для виконання науково-дослідної роботи;

- регулярне консультування здобувачів вищої освіти згідно з затвердженим графіком;

- контроль за дотриманням термінів виконання програмних завдань практичної підготовки, в тому числі, індивідуальних;

- звітування про проходження практики здобувачами вищої освіти, подання зауважень та пропозицій щодо поліпшення практичної підготовки здобувачів вищої освіти для розгляду на засіданні кафедри.

Інформація викладачів, що є керівниками практичної підготовки здобувачів вищої освіти, про стан проходження практики систематично розглядається на засіданнях кафедри.

Керівництво здобувачами вищої освіти-практикантами на базах практичної підготовки здійснюється керівниками баз практики, їх заступниками, начальниками відділів, провідними економістами та іншими кваліфікованими спеціалістами з повною вищою освітою.

Керівник від бази практичної підготовки повинен забезпечити:

- створення необхідних організаційно-технічних умов для проходження практичної підготовки;

- доступ здобувачів вищої освіти до необхідних даних бухгалтерського обліку, фінансової та статистичної звітності, методичних матеріалів з питань аналізу й планування господарської діяльності підприємства, установи, організації, іншої документації, необхідної для виконання завдань практичної підготовки;

- залучення здобувачів вищої освіти-практикантів до участі в поточній роботі структурного підрозділу за місцем практичної підготовки;

- контроль за виконанням як окремих завдань, так і робочої програми практичної підготовки у цілому.

Здобувачі вищої освіти під час проходження практичної підготовки зобов'язані:

- до початку практичної підготовки одержати в університеті всі необхідні документи та консультативну інформацію щодо їх оформлення;
- перед початком практичної підготовки пройти в університеті інструктаж з охорони праці та безпеки життєдіяльності;
- своєчасно прибути на базу практичної підготовки, отримати відмітку в щоденнику практики про прибуття;
- вивчити правила охорони праці, техніки безпеки, внутрішнього розпорядку та суворо їх дотримуватися;
- у повному обсязі виконувати всі завдання, що передбачені робочою програмою практичної підготовки й вказівками її керівників;
- нести відповідальність за виконану роботу;
- своєчасно оформити звітну документацію та отримати залік з практичної підготовки.

2. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ З НАУКОВО-ДОСЛІДНОЮ РОБОТОЮ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Під час проходження практичної підготовки здобувачі вищої освіти також набувають досвід з науково-дослідної роботи. Вони повинні навчитися обґрунтовувати проблему наукового дослідження, відбирати необхідний інформаційний матеріал, здійснювати аналітичні та прогностичні розрахунки, накопичувати необхідний фактичний матеріал, пов'язавши практичну інформацію з теоретичними положеннями, робити певні висновки і пропозиції тощо.

З цією метою на 3 та 4 курсі проводиться розподіл здобувачів вищої освіти за вибраними напрямками науково-дослідної роботи та їх закріплення за науковими керівниками – викладачами кафедри світової економіки. Під керівництвом провідних викладачів здобувачі вищої освіти проводять дослідження в сфері міжнародного маркетингу.

Взаємозв'язок практичної підготовки з науково-дослідною роботою та виконанням випускної кваліфікаційної роботи наведено на рис. 1.

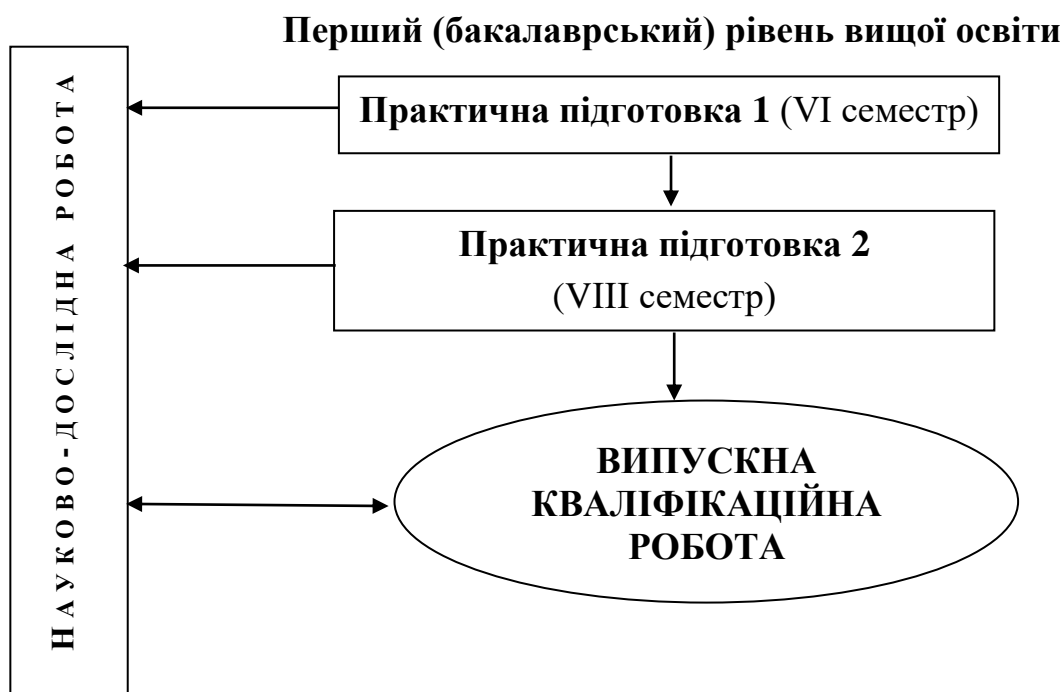


Рис. 1. Взаємозв'язок практичної підготовки та науково-дослідної роботи здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Міжнародний маркетинг»

Спрямованість здобувачів вищої освіти на вивчення певних проблем та проведення науково-дослідної роботи з цих проблем під час проходження практичної підготовки дозволяє їм поетапно накопичувати необхідний обсяг практичного матеріалу та використовувати його у підготовці доповідей на наукових студентських конференціях та науково-практичних семінарах, написанні випускної кваліфікаційної роботи тощо.

3. ЗМІСТ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ

Практична підготовка є складовою частиною підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у галузі знань 29 «Міжнародні відносини» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародний маркетинг».

В процесі проходження здобувачами вищої освіти практичної підготовки, згідно з визначеною метою останньої, відбувається процес формування на базі отриманих теоретичних знань професійних умінь та практичних навичок щодо прийняття самостійних рішень під час професійної діяльності в реальних міжнародних ринкових умовах; поглиблення та закріплення у них теоретичних знань; опанування здобувачами вищої освіти сучасних прийомів та методів їх майбутньої професії; виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності.

У процесі проходження практичної підготовки здобувач вищої освіти повинен навчитися вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в міжнародній економічній сфері загалом та на рівні певних міжнародних та галузевих ринків зокрема, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

Практична підготовка 1

Під час проходження практичної підготовки студент має ознайомитись із специфікою діяльності суб'єкта міжнародної діяльності – об'єкта практики, його організаційною структурою, проаналізувати матеріали з організаційної, розпорядчої та довідково-інформаційної документації, на засадах якої організація/підприємство здійснює міжнародну діяльність й ухвалює рішення у сфері міжнародного маркетингу.

Результатом даної роботи має стати розгляд таких питань:

- характеристика статуту підприємства (термін створення, форма власності, організаційно-правова форма господарювання, ступінь самостійності, місія підприємства, права та обов'язки підприємства, сфера діяльності тощо);
- характеристика господарської діяльності (спеціалізація підприємства, переважні види операцій на міжнародних ринках, інші види діяльності);

- характер управління діяльністю підприємства з боку власників (права власників, органи управління та контролю: вищий орган управління підприємством, орган нагляду та контролю за діяльністю підприємства);

- характер організації управління діяльністю підприємства (організаційна структура управління підприємством, характеристика окремих структурних підрозділів, їх функціонального призначення, прав, обов'язків, повноважень, характер регламентації діяльності окремих працівників підприємства (контракти, посадові інструкції тощо);

- характеристика інструктивних, нормативних та методичних матеріалів, які використовуються на підприємстві, їх якість та повнота.

Загальна характеристика кон'юнктури ринку, на якому діє суб'єкт міжнародної діяльності та підприємств-конкурентів. Інтернет-ресурси отримання інформації щодо ведення міжнародної діяльності, характеристика методів і прийомів реклами та способів їх застосування на міжнародному ринку суб'єктом господарювання – базою практичної підготовки.

Загальна характеристика продукції (товарів, робіт, послуг) суб'єкта міжнародної діяльності. Динаміки показників експорту та імпорту товарів та послуг; динаміки обсягів та ефективності міжнародної маркетингової діяльності суб'єкта міжнародного бізнесу. Дослідження товарної та географічної структури зовнішньоекономічної діяльності та її динаміки.

Загальна характеристика маркетингових досліджень міжнародних ринків, враховуючи інтернет-технології, соціальні мережі та сучасні програмні продукти у галузі статистики та маркетингу суб'єктом господарювання – базою практичної підготовки.

Дослідження можливості виходу суб'єкта господарювання на нові зовнішні ринки. Особливості організації збутової та маркетингової діяльності суб'єкта міжнародної діяльності – бази практичної підготовки.

Виконання індивідуального завдання передбачає оцінювання міжнародного ринку та місця суб'єкта - бази практики в ньому відповідно до реалізації цілей та завдань суб'єкта - бази практичної підготовки, виявлення його існуючих потреб, можливостей та пріоритетних напрямів розвитку.

По закінченню практичної підготовки керівник від бази практичної підготовки надає письмову рецензію про результати виконання програми практичної підготовки здобувачем вищої освіти та виставляє оцінку в щоденник практики. За результатами

практичної підготовки здобувач звітує перед керівником практичної підготовки від університету про результати виконання програми практичної підготовки та складає залік.

Практична підготовка 2

Проходження практичної підготовки 2 передбачає ознайомлення зі специфікою діяльності суб'єкта міжнародної діяльності – бази практичної підготовки, його організаційною структурою, аналіз матеріалів з організаційної, розпорядчої та довідково-інформаційної документації, на засадах якої організація/підприємство здійснює міжнародну господарчу та маркетингову діяльність.

Результатом даної роботи має стати розгляд таких питань:

- характеристика статуту підприємства (термін створення, форма власності, організаційно-правова форма господарювання, ступінь самостійності, місія підприємства, права та обов'язки підприємства, сфера діяльності тощо);
- характеристика господарської діяльності (спеціалізація підприємства, основні види операцій на міжнародних ринках, інші види діяльності);
- характер управління діяльністю підприємства з боку власників (права власників, органи управління та контролю: вищий орган управління підприємством, орган нагляду та контролю за діяльністю підприємства, органи контролю за ефективністю маркетингової діяльності);
- характер організації управління діяльністю підприємства (організаційна структура управління підприємством, характеристика окремих структурних підрозділів, їх функціонального призначення, прав, обов'язків, повноважень, характер регламентації діяльності окремих працівників підприємства (контракти, посадові інструкції тощо);
- характеристика інструктивних, нормативних та методичних матеріалів, які використовуються на підприємстві, їх якість та повнота.

Загальна характеристика кон'юнктури ринку, на якому діє суб'єкт міжнародної діяльності та підприємств-конкурентів. Інтернет-ресурси отримання інформації щодо ведення міжнародної діяльності, характеристика методів і прийомів реклами та способів їх застосування на міжнародному ринку суб'єктом господарювання – базою практичної підготовки.

Загальна характеристика продукції (товарів, робіт, послуг) суб'єкта міжнародної діяльності. Дослідження товарної та географічної структури зовнішньоекономічної діяльності та її динаміки. Дослідження динаміки показників експорту та імпорту товарів та послуг; динаміки обсягів та ефективності міжнародної маркетингової діяльності суб'єкта міжнародної діяльності.

Загальна характеристика маркетингових досліджень міжнародних ринків, враховуючи інтернет-технології, соціальні мережі та сучасні програмні продукти у галузі статистики та маркетингу суб'єктом господарювання – базою практичної підготовки. Виявлення проблемних і найбільш ефективних інструментів та методів міжнародного маркетингу, які застосовуються підприємством/ організацією – базою практичної підготовки.

Дослідження можливості виходу суб'єкта міжнародної діяльності на нові зовнішні ринки чи розширення своєї присутності на міжнародних ринках, заходів планування та оптимізації асортименту продукції підприємства з урахуванням споживчих вподобань та трендів міжнародних ринків. Характеристика структури та складових маркетингово-комерційної діяльності суб'єкта міжнародної діяльності. Характеристика видів маркетингових ризиків виведення нового товару на зовнішній ринок і способів їх зменшення.

Характеристика маркетингової стратегії суб'єкта міжнародної діяльності на зовнішньому ринку, визначення типових стратегій маркетингу компаній-лідерів на певному міжнародному ринку. Ідентифікація спільних рис та відмінностей стратегій для різних ринкових сегментів чи ніш – перспективних для суб'єкта міжнародної діяльності – бази практичної підготовки. Виявлення ключових конкурентних переваг компанії – бази практичної підготовки на релевантному ринку. Пропозиції щодо напрямів покращення маркетингової діяльності компанії – бази практичної підготовки в прогностичному періоді.

Програмою практичної підготовки 2, залежно від наукових інтересів, за погодженням з науковим керівником, передбачено виконання індивідуальної роботи у відповідності до обраної теми випускної кваліфікаційної роботи.

Крім аналітичних досліджень, здобувач вищої освіти повинен розробити конкретні та обґрунтовані пропозиції щодо удосконалення окремого напрямку (напрямів) роботи підприємства, установи, організації або впровадження певного нововведення (інновації). Розроблення пропозицій повинне ґрунтуватися на виявлених

недоліках організації роботи підприємства, установи, організації, наявних резервах її удосконалення, вивченні вітчизняного та закордонного досвіду маркетингової діяльності кращих підприємств, установ, організацій аналогічного та споріднених профілів діяльності.

По закінченню практичної підготовки керівник практичної підготовки від підприємства надає письмову рецензію про результати виконання програми практичної підготовки здобувачем вищої освіти та виставляє оцінку в щоденник практики. За результатами проходження практичної підготовки 2 студент звітує перед керівником практики від університету про результати проходження практичної підготовки, в тому числі, про виконання індивідуального завдання, та складає залік.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний

1. Міжнародний маркетинг: підручник / за ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ: Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2018. – 448 с.
2. Корж М.В. Стратегія міжнародного маркетингу в антикризовому управлінні / М.В. Корж, С.Т. Пілецька, Т.С. Чуніхіна, К.І. Маліношевська. – К.: КОМПРИНТ, 2019. – 408 с.
3. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Т. В. Шталь, І. Е. Астахова, В. О. Козуб. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 275 с.
4. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
5. Міжнародний маркетинг: навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів / А. В. Таранич, В. Я. Омельченко, В. Г. Кузнецов, С. В. Громенкова. – Вид. 3-тє, допов. – Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. – 279 с.
6. Hollensen Svend. Global Marketing 7th Edition. Pearson Education, 2017. 873 p.
7. Keegan W.J., Green M.C. Global Marketing 9th Edition. Pearson Education Limited, 2017. 626 p.

Додатковий

1. Дугінець Г. В., Новак О. В. Холістичний маркетинговий підхід у світовій fashion-індустрії: особливості постковідного розвитку. Бізнес Інформ. 2023. №5. С. 241–247.
2. Дугінець Г.В. Інструменти міжнародного маркетингу глобальних ланцюгів вартості. Економічний простір: Збірник наукових праць. 2019. № 149. С. 23-28. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/149-3>
3. Калюжна Н.Г., Лежетьокова В.Г. Механізм урегулювання суперечок СОТ. Зовнішня торгівля: Економіка, фінанси, право. – 2019. № 4. С. 5–16.
4. Калюжна Н.Г., Мамітько Ю.С. Кластеризація країн за національними культурними особливостями як інструмент розвитку корпоративної культури міжнародних компаній. Бізнес Інформ. 2022. № 6. С. 100-108.

5. Корж М.В. Стратегічні напрями інноваційного розвитку суб'єктів господарювання агропромислового комплексу. Економіко-правові аспекти сталого розвитку: теорія, методологія, практика міжнародна колективна монографія / М.В. Корж, Т.О. Суслора, Т.С. Чуніхіна, К.І. Маліношевська. – К.: НАНУ, 2019. – С.204-234.

6. Лошенко, О., Л. Галан, і І. Посохов. «Сучасні СТРАТЕГІЇ в міжнародному маркетингу». Вчені записки Університету «КРОК», вип. 2(66), 2022. С. 123-131. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://snku.krok.edu.ua/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/512>

7. Міжнародні економічні відносини: підручник / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Л.П. Кудирко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 612 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://knute.edu.ua/file/MjIxNw==/1eb6977390c2f309b01466daf10f0fdc.pdf>

8. Міжнародна економічна діяльність України: підручник / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, О.В. Гончаренко та ін.; за ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – Київ: Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2021. – 704 с.

9. Морозова І.В., Чернова О.В. Стратегічні альянси як феномен глобальної економіки. Приазовський економічний вісник. 2020. Вип. 1(18). С. 14-19.

10. Наслідки епідемії COVID-19 та карантинних заходів для провідних секторів економіки України. Дослідження за результатами глибинних інтерв'ю з власниками та топ-менеджерами українських компаній. Київ–Харків: Видавець О. А. Мірошніченко, 2020. 188 с.

11. Радзіховська, Ю. М. Особливості міжнародного маркетингу в умовах віртуальної мобільності. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, вип. 7, 2023, [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-7-02-01>.

12. Травкіна К.В., Шуба О.А. Особливості українського ринку злиттів і поглинань. Бізнес Інформ. 2021. № 6. С. 298–304.

13. Черняга Л.П., Прийняття та впровадження міжнародних та європейських стандартів: вплив на експорт / Стандартизація, сертифікація, якість. – Випуск 3 (121) – Державне підприємство «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» (ДП «УкрНДНЦ») ISSN 2307-4949. Київ, 2020 с. 7-20

14. Управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності :

підручник /А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, О.В. Генералов ; Київський національний торговельно-економічний університет. Київ : КНТЕУ, 2018. 311 с.

15. Шевченко Ю. І. Маркетингова стратегія ТНК – баланс глобального та локального. *Бізнес Інформ*. 2020. №10. С. 434–442.

16. Щерба О.І. Споживча поведінка за умов глобалізації. *Теорія соціології*. - Випуск 13. Т. 1. 2020-С. 15-22.

17. Шмагельська М.О. Світові рейтинги: особливості формування та впливу на економічне зростання країни. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 181–192.

18. Шуміло О. С. Формування міжнародної маркетингової стратегії підприємства з урахуванням глобалізації діяльності підприємств / О. С. Шуміло, О. О. Кім, Є. І. Ковша // *Економічний простір*. – 2023. – № 185. – С. 93-97.

19. Deep and comprehensive free trade agreement with the EU: advantages and downsides for the Ukrainian society : monograph / G. Duginets, O. Diachenko, N. Mazaraki, O. Golovachova ; edited by Ganna Duginets. – Kyiv : Kyiv National University of Trade and Economics, 2019. – 212 p.

20. Doole Isobel, Lowe Robin, Kenyon Alexandra. *International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation*. 9th Edition. Cengage Learning EMEA.2022. 496 p.

21. Duginets G., Koval V., Plekhanova O., Antonov A., Petrova M. On the supranational and national level of global value chain management // *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. – 2019. – Volume 6. – Number 4 (June). - P.1922-1937.

22. Gaughan Patrick A. *Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings*. 7th Edition. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. 2018. P. 674.

23. *International Management and Marketing: Textbook* / I. Arakelova, V. Khoroshykh, L. Lytvynenko, N. Biletska, Y. Popova, S. Lytvynenko. Kyiv: Publishing House “Condor”, 2021. 268 p.

24. *International Marketing: Principles and Practice: A Management-oriented Approach*. Svend Hollensen, Marc Oliver Opresnik. Amazon Digital Services LLC - KDP Print US. 2021. 170 p.

25. Joint venture as a risk management tool: experience from construction sector / Mangirdas Morkunas, Artiom Volkov, Elze Rudiene, Viktorija Skvarciany // *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*. – 2019. – Vol. 12(3). – P. 285–298.

26. Katsikeas, C., Leonidou, L. and Zeriti, A. (2019), "Revisiting international marketing strategy in a digital era: Opportunities, challenges, and research directions", *International Marketing Review*. <https://doi.org/10.1108/IMR-02-2019-0080>.

27. Korzh M. Assessment of the enterprise marketing performance // M. Korzh, K. Hurdzhyian, A. Gaievskiy // *Problems and Perspectives in Management* (open-access), 2017 - №15 (4). – P. 1-16.

28. Korzh M. Formation of organization support for the management of the economic security of engineering enterprises^ Methodical and practical aspects / O. Khalina, V. Bazyliuk, O. Chornenka, I. Krasilych, M. Korzh // *Business: Theory and Practice*. - 2019. - V.20. - pp.317-328. (open-access)

29. Korzh M. Conflict dynamic model of innovative development in the system of ensuring the competitiveness of an enterprises / V. Zamlynskyi, O. Stanislavskiy, O. Halintskiy, M. Korzh, N. Reznik // *International journal of Scientific and Technology Research*. - 2020. - V.9(2). - pp.5322-5325. (open-access)

30. Koval V.; Duginets G.; Plekhanova O.; Antonov A.; Petrova M. 2019. On the supranational and national level of global value chain management, *Entrepreneurship and Sustainability Issues* Volume 6 Number 4 (June), pp.1922-1937.

31. Koval B., Novak O. and Pavlyshyna K. 2022. Export potential of Ukraine in GAFTAA markets: UTAS Co case. *Foreign-trade: economics, finance, law*. 122, 3 (Jun. 2022), 97–109.

32. Kudyрко, L. P. Prospects for increasing the export of agricultural products in the context of deepening the strategic partnership between Ukraine and the EU / L. P. Kudyрко, N. O. Iksarova, O. S. Golovachova // *Науковий вісник Полісся*. –2018. – № 1 (13). Ч. 1. – С. 152-158.

33. Melnyk T., Kudyрко L., Pugachevska K., Sevruk I. Promotion of Ukraine's export to China: priorities and institutional framework / T. Melnyk, L. Kudyрко, K. Pugachevska, I. Sevruk // *Problems and Perspectives in Management*. – 2019. –Vol. 17. Issue №3. - P. 508-520.

34. Melnyk T., Kudyрко L., Samsonova L. Contractual relations in the new economic competition strategies of TNCs // *Baltic Journal of Economic Studies*. – Volume 5. – Number 3. Riga: Publishing House "Baltija Publishing", 2019. – P. 116-124.

35. Morgan N. A., Whitler K. A., Feng H. et al. Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2019. Vol. 47, Issue 1. P. 4–29.

36. Venaik, S. and Midgley, D. (2019), "Archetypes of marketing mix standardization-adaptation in MNC subsidiaries: Fit and equifinality as complementary explanations of performance", *European Journal of Marketing*, Vol. 53 No. 2, pp. 366-399. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2017-0861>.

Нормативно-правова база

37. Конституція України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>

38. Віденська Конвенція ООН „Про договори міжнародної купівлі-продажу товарів”. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_003#Text

39. Господарський кодекс України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

40. Митний кодекс України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>

41. Цивільний кодекс України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

42. Закон України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту». [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/330-14>

43. Закон України «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-14>

Інтернет-ресурси

44. Міністерство економіки України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://me.gov.ua>

45. Офіс з розвитку підприємництва та експорту. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ero.org.ua>

46. Офіційний портал Верховної Ради України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.rada.gov.ua>

47. Рейтинг брендів – світових лідерів «Interbrand» . [Електронний ресурс]. - Режим доступу:

48. Європейська правда. - URL: . [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.euointegration.com.ua/ukr/>

49. MDOffice. Сервер підтримки зовнішньоекономічної діяльності. - . [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.mdoffice.com.ua/ua/amain.html>

50. Офіційний сайт Міжнародної організації з досліджень проблем брендингу «Reputation institute» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.interbrand.com/best-brands/>

51. QDPROFESSIONAL. Професіоналам зовнішньоекономічної діяльності. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://qdpro.com.ua/uk>

52. Єдиний державний інформаційний веб-портал «Єдине вікно для міжнародної торгівлі». [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://cabinet.customs.gov.ua>

53. Офіційний сайт Міжнародної торговельно-промислової палати [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://iccwbo.org/>

54. Центр сертифікації HALAL GLOBALUKRAINE. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.halalglobal.in.ua/mezhdunarodnaya-organizatsiya-po-sertif/>

55. Стандарти НАССР. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/shkilne-harchuvannya/standarti-nassr>

56. [44. Ethics in International Business. Maryville University. Articles, Bachelor's in Business Administration.](https://online.maryville.edu/blog/ethics-in-international-business/) [Електронний ресурс]. URL: <https://online.maryville.edu/blog/ethics-in-international-business/>

57. Американська асоціація маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ama.org>

58. Державний комітет статистики: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

59. Українська Асоціація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/>

60. Офіційний сайт міжнародної організації з досліджень проблем брендингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.globescan.com

61. Офіційний сайт Всесвітньої організації інтелектуальної власності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>.

62. Офіційний сайт Групи світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.worldbank.org/>.

63. Офіційний сайт Комісії Організації Об'єднаних Націй з

права міжнародної торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://uncitral.un.org/en/about>.

64. Офіційний сайт конференції Організації об'єднаних націй з торгівлі та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.un.org/ru/ga/unctad/>.

65. Офіційний сайт Міжнародної організації праці [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>.

66. Офіційний сайт Міжнародної торговельно-промислової палати [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://iccwbo.org/>.

67. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.oecd.org/>.

68. Офіційний сайт Організації об'єднаних націй [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.un.org/en>.

69. Офіційний сайт Світової організації торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wto.org/>.

70. A Digital Agenda for Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0245R\(01\):EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0245R(01):EN:NOT)

71. United Nations Information Centres [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unic.un.org/>

72. Достижения в сфере информатизации и телекоммуникации в контексте международной безопасности. Резолюция Генеральной ассамблеи ООН № 60/45 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N05/490/32/PDF/N0549032.pdf>

73. Інформаційні центри ЄС [Електронний ресурс] // Представництво Європейської Комісії в Україні. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/delegations/ukraine/more_info/eu_information_centres/index_uk.htm

74. Всеукраїнська рекламна коаліція. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.adcoalition.org.ua/>
75. Журнал «Реклама. Теорія і практика». – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://grebennikon.ru/journal-8.html>
76. Developing Countries' Trade and Market Access in the European Union and the United States [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/developing-countries%E2%80%99-trade-and-market-access-european-union-and-united-states-introducing>.
77. Doing Business [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/doing-business>.
78. The World Bank's Enterprise Surveys [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.enterprisesurveys.org>.
79. The Eora global supply chain database [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://worldmrio.com>.
80. Exporter Dynamics Database [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.worldbank.org/en/research/brief/exporter-dynamics-database>.
81. The Trade in Value Added (TiVA) database [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oecd.org/sti/ind/measuring-trade-in-value-added.htm>.
82. UN Comtrade [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://comtrade.un.org>.
83. UN Trade Statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://unstats.un.org/unsd/tradekb/default.aspx>.
84. World Development Indicators (WDI) is the primary World Bank collection of development indicators [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>.
85. The World Bank's World Integrated Trade Solution (WITS) database [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: https://wits.worldbank.org/about_wits.html.
86. World Bank Group–LinkedIn Digital Data for Development, Jobs, Skills, and Migration [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим

доступу до ресурсу: <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-bank-group-linkedin-dashboard-dataset>.

87. The World Economic Outlook (WEO) database of the International Monetary Fund (IMF) Migration [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2019/01/weodata/index.aspx>.

88. International Organization for Standardization [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.iso.org/ru/home.html/>

89. Центр Європейських досліджень [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <http://eu.org.ua/ipo>

ДОГОВІР № _____
про практичну підготовку
здобувачів вищої освіти

Ми, що нижче підписалися, з однієї сторони

Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ) (надалі – заклад вищої освіти) в особі першого проректора з науково-педагогічної роботи ПРИТУЛЬСЬКОЇ Наталії Володимирівни, який діє на підставі наказу ДТЕУ від 25.09.2023 № 3200 і, з іншої сторони,

_____ (назва підприємства, організації, установи тощо)
(надалі – база практичної підготовки) в особі _____ (посада)
_____, який діє на підставі _____ (прізвище, ініціали)

_____ (статуту підприємства, розпорядження, доручення)
уклали між собою договір:

1.1. Прийняти здобувачів вищої освіти згідно з календарним планом:

№ пор.	Спеціальність/ освітня програма	Курс/ група	Прізвище, ім'я та по батькові студента	Кількість студентів	Термін практичної підготовки (початок – кінець)

1.2. Призначити наказом кваліфікованих фахівців для керівництва практичною підготовкою.

1.3. Створити належні умови для виконання студентами програми практичної підготовки, не допускати їх використання до зайняття посад та виконання робіт, що не відповідають програмі та майбутньому фаху.

1.4. Забезпечити студентам умови безпечної праці на конкретному робочому місці. Проводити обов'язкові інструктажі з охорони праці: ввідний та на робочому місці. У разі потреби навчати здобувачів вищої освіти безпечним методам праці.

1.5. Надати студентам можливість користуватися матеріально-технічними засобами та інформаційними ресурсами, необхідними для виконання програми практичної підготовки.

1.6. Забезпечити облік відвідування практичної підготовки здобувачів вищої освіти. Про всі порушення трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку та про інші порушення повідомляти заклад вищої освіти.

1.7. Після закінчення практичної підготовки надати характеристику на кожного студента, в якій відобразити якість виконання програми та зазначити оцінку його роботи тощо.

1.8. Надавати студентам можливість збору інформації для курсових та випускних кваліфікаційних проєктів (робіт) за результатами діяльності підприємства, які не є комерційною таємницею, на підставі направлень кафедр ДТЕУ.

1.9. Додаткові умови: _____

2. Заклад вищої освіти зобов'язується:

2.1. До початку проходження практичної підготовки надати базі для погодження програму підготовки, а не пізніше ніж за тиждень – список студентів.

2.2. Призначити керівниками практичної підготовки кваліфікованих викладачів.

2.3. Забезпечити додержання студентами трудової дисципліни і правил внутрішнього трудового розпорядку. Брати участь у розслідуванні комісією бази практичної підготовки нещасних випадків, якщо вони сталися зі студентами під час проходження практичної підготовки.

2.4. Не розголошувати використану інформацію про діяльність підприємства через знищення курсових, випускних кваліфікаційних проєктів (робіт) у встановленому порядку.

2.5. Додаткові умови: _____

3. Відповідальність сторін за невиконання договору:

3.1. Сторони відповідають за невиконання покладених на них обов'язків щодо організації і проведення практичної підготовки відповідно до законодавства про працю в Україні.

3.2. Всі суперечки, що виникають між сторонами за договором, вирішуються у встановленому порядку.

3.3. Договір набуває сили після його підписання сторонами і діє до кінця практичної підготовки згідно з календарним планом.

3.4. Договір складений у двох примірниках: по одному – базі практичної підготовки і закладу вищої освіти.

4. Місцезнаходження сторін:

Закладу вищої освіти 02156 м. Київ вул. Кіото 19; (044) 531 31 90

Бази практичної підготовки _____

Підписи та печатки

Від ДТЕУ:

Перший проректор з науково-педагогічної роботи

_____ Наталія ПРИТУЛЬСЬКА
(підпис) (прізвище та ім'я)

М.П. «__» _____ 20__

Від бази практичної підготовки:

_____ _____
(підпис) (прізвище та ім'я)

М.П. «__» _____ 20__

Державний торговельно-економічний університет

(повне найменування закладу вищої освіти)

**ЩОДЕННИК
ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ**

Здобувача вищої освіти _____
(прізвище та ініціали)

Факультет _____

Ступінь вищої освіти _____
(молодший бакалавр, бакалавр, магістр)

Спеціальність _____
(шифр, назва)

Освітня програма _____
(назва)

_____ курс, група _____

ПОСВІДЧЕННЯ ПРО ВІДРЯДЖЕННЯ НА ПРАКТИЧНУ ПІДГОТОВКУ

Здобувач вищої освіти _____
(прізвище та ініціали)

Направляється на практичну підготовку до _____
(назва населеного пункту)

(назва підприємства, організації, установи)

Термін практичної підготовки: з _____ по _____ 20____
(включаючи проїзд туди й назад)

Керівник практичної підготовки від закладу вищої освіти (кафедри) _____

(посада, прізвище та ініціали)

Печатка
закладу вищої освіти

Декан факультету _____
(підпис, прізвище та ініціали)

Здобувач вищої освіти _____
(прізвище та ініціали)

прибув на підприємство, організацію, установу

Печатка
підприємства, організації, установи « ____ » _____ 20____ року

(підпис)

(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи

Печатка
підприємства, організації, установи « ____ » _____ 20____ року

(підпис)

(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

1. Основні положення практичної підготовки

- 1.1. Здобувач до відбуття на практичну підготовку повинен отримати інструктаж керівника від закладу вищої освіти (кафедри) про порядок її проходження і звітності, а також:
 - оформлений щоденник (посвідчення про відрядження);
 - індивідуальне завдання з практичної підготовки;
 - два примірники календарного графіка проходження практичної підготовки (один – для здобувача і один для керівника від підприємства);
 - направлення на практичну підготовку і бланк повідомлення про прибуття.
- 1.2. Здобувач, прибувши на підприємство, в організацію, установу повинен подати керівникові практичної підготовки від підприємства щоденник, пройти вступний інструктаж з охорони праці, ознайомитися з робочим місцем, правилами експлуатації устаткування та узгодити робочий план проходження практичної підготовки.
- 1.3. Під час проходження практичної підготовки здобувач зобов'язаний суворо дотримуватися правил внутрішнього розпорядку підприємства, організації, установи.
- 1.4. Здобувач відповідно до календарного графіка проходження практичної підготовки складає залік за її результатами.
- 1.5. Практична підготовка здобувача оцінюється за національною шкалою, кількістю балів та за шкалою ЄКТС і враховується при призначенні стипендії нарівні з іншими дисциплінами навчального плану.
- 1.6. Здобувач, який не виконав програму практичної підготовки і отримав негативний відгук про роботу або незадовільну оцінку під час складання заліку, направляється повторно на практичну підготовку під час канікул, при виконанні умов, визначених закладом вищої освіти (за винятком практичної підготовки на випускних курсах).

2. Календарний графік проходження практичної підготовки

№ п/п	Назва робіт	Тижні проходження практичної підготовки						Відмітки про виконання
		1	2	3	4	5	6	

Керівники практичної підготовки:

Від закладу вищої освіти _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Від підприємства, організації, установи _____

