

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА
УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Зав. кафедри маркетингу та УІД



Ілляшенко С.М.

«14 » травня 2014 р.

**ПРОГРАМА ПЕРДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ
НАПРЯМУ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ОСВІТНЬО-
КВАЛІФІКАЦІЙНОГО РІВНЯ «МАГІСТР»
8.03050701 «МАРКЕТИНГ»
денної та заочної форм навчання**

Суми
Вид-во СумДУ
2014

Зміст

1. Загальні положення.....	3
2. Мета та завдання переддипломної практики.....	3
3. Бази практики.....	4
4. Розподіл функціональних обов'язків при організації та проведенні переддипломної практики	5
4.1. Обов'язки керівників практики від університету	5
4.2. Обов'язки керівника практики від підприємств	6
4.3. Обов'язки студентів при проходженні практики.....	6
4.4. Контроль за проходженням переддипломної практики.....	7
5. Календарний графік проходження практики.....	7
6. Написання звіту про проходження переддипломної практики	8
6.1. Загальні положення.....	8
6.2. Оформлення звіту.....	10
6.3. Рекомендації до написання основної частини звіту з переддипломної практики	12
7. Критерії оцінки результатів практики	14
ДОДАТОК А	16
ДОДАТОК Б.....	19

1. Загальні положення

Переддипломна практика студентів вищих навчальних закладів України є невід’ємною складовою підготовки майбутніх магістрів з маркетингу, що спрямована на закріплення та поглиблення теоретичних знань, отриманих студентами протягом навчання, набуття і удосконалення професійних практичних навичок та умінь, здібностей і рис маркетолога.

Програма практичної підготовки студентів ОКР «магістр» напряму 8.03050701 «Маркетинг» базується на “Положенні про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України”, затвердженому наказом Міністерства освіти України від 8 квітня 1993 р. №93, методичних рекомендаціях по складанню програм практики студентів вищих навчальних закладів України, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від 14.02.96 р. №31-5/97 та відповідних рекомендаціях Федерації роботодавців України від 22.04.2013 р., розроблених на виконання розпорядження Кабінету Міністрів України від 07.11.2012 р. № 970 «Про затвердження плану першочергових заходів з виконання державної програми розвитку внутрішнього виробництва» та наказу Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 20.12 2012 р. № 1448 «Щодо плану першочергових заходів з виконання державної програми розвитку внутрішнього виробництва» (п. 9 Додатку до даного наказу).

2. Мета та завдання переддипломної практики

Головною метою переддипломної практики є вивчення виробничо-господарської діяльності підприємства, роботи служб та підрозділів, закріплення, поглиблення, розширення і систематизація знань з теоретичних дисциплін, набуття практичних навичок, ознайомлення безпосередньо на підприємстві, установі з виробничим процесом і особливостями маркетингової діяльності, а також збір фактичного матеріалу

для виконання курсових робіт (проектів) та дипломної роботи магістра.

Завданнями переддипломної практики є:

- оволодіння студентами сучасними методами, формами організації і управління маркетинговою діяльністю;
- формування знань, професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи в реальних ринкових і виробничих умовах;
- виховання потреби систематичного підвищення своїх знань і творчого застосування їх в практичній діяльності;
- вивчення досвіду і методів організації маркетингової діяльності на підприємстві;
- поглиблення та закріплення теоретичних знань з проведення маркетингових досліджень;
- поглиблення та закріплення теоретичних знань з розроблення маркетингової стратегії підприємства;
- вивчення системи основних показників роботи маркетингових служб підприємства;
- засвоєння практичних навиків роботи та накопичення досвіду самостійної роботи згідно з обраним фахом;
- збір, обробка, аналіз та систематизація необхідних матеріалів для написання звіту, а згодом дипломної роботи магістра.

3. Бази практики

Студенти кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету проходять переддипломну практику у різних організаціях та підприємствах, таких як: комерційні банківські установи, промислові та торговельні підприємства, рекламні агенції, державні комітети та установи тощо. За погодженням з випусковою кафедрою в окремих випадках практика може проводитися на профілюючих кафедрах СумДУ.

Студенти заочної та дистанційної форм навчання, які працюють за фахом,

а також студенти, що навчаються за індивідуальним планом у зв'язку з працевлаштуванням за фахом, можуть проходити практику за місцем роботи. В інших випадках місця і бази практики визначаються договорами, що укладаються університетом і підприємствами (організаціями), умовами контрактів, заявками підприємств, організацій, власним вибором місця практики студентами. За відсутності договору на проведення практики студент може проходити практику на підприємстві, якщо університетом буде отримано лист з проханням направити його саме на це підприємство в терміни практики.

При підготовці спеціалістів за цільовими договорами з підприємствами (організаціями), бази практики передбачаються в цих договорах. У тих випадках, коли підготовка спеціалістів здійснюється за заявами фізичних осіб, бази практики забезпечуються університетом або цими особами, що визначаються умовами договору.

При наявності вакантних посад в організаціях - базах практики, які співпадають з переліком посад в кваліфікаційній характеристиці з підготовки магістра, рекомендується об'єднувати проходження практики з роботою на цих посадах. При цьому студент повинен у повній мірі виконати як програму практики, так і оформити всі необхідні документи в строки відповідно з навчальним планом.

4. Розподіл функціональних обов'язків при організації та проведенні переддипломної практики

4.1. Обов'язки керівників практики від університету

За 10 – 15 днів до початку переддипломної практики відповідні кафедри проводять збори зі студентами, на яких інформують студентів про їх розподіл за базами практики, календарний графік проходження практики, додержання вимог навчальної і трудової дисципліни.

Керівники переддипломної практики від кафедри повинні (за 3-5 днів) довести до відома студентів програму практики, видати щоденники і договори

на проходження практики, провести загальний інструктаж; консультувати студентів із питань програми практики; спрямувати науково-дослідну діяльність студентів відповідно до вибраної теми дослідження; контролювати виконання програм практики і дотримання студентами правил внутрішнього трудового розпорядку; перевіряти звіти з практики і брати участь у складі комісій при їх захисті; систематично інформувати кафедру про хід практики, а після її закінчення скласти письмовий звіт про результати практики, висловивши зауваження і пропозиції щодо вдосконалення практичної підготовки студентів.

4.2. Обов'язки керівника практики від підприємств

Керівники від підприємств знайомляться з програмою переддипломної практики; призначають студентів на робочі місця; забезпечують проходження ними інструктажу з техніки безпеки і охорони праці; знайомлять із правилами внутрішнього розпорядку і особливостями роботи на конкретних робочих місцях; створюють умови для безпосереднього якісного виконання студентами програми практики; здійснюють методичне керівництво і надають допомогу студентам в одержанні переддипломної інформації для написання звіту з практики; контролюють роботу студентів і дотримання ними трудової дисципліни, ведуть облік виходу студентів на практику; перевіряють звіти з практики, дають письмові відгуки на роботу і звіти студентів з оцінкою їх ставлення до роботи, дотримання трудової дисципліни, рівня теоретичної і практичної підготовки.

4.3. Обов'язки студентів при проходженні практики

Перед початком переддипломної практики студенти повинні одержати на кафедрах договори про проходження переддипломної практики між СумДУ та керівництвом підприємства, програму практики і щоденники.

Перед початком переддипломної практики студенти проходять на базі практики інструктаж із техніки безпеки.

Під час проходження практики студенти мають чітко дотримуватися правил техніки безпеки та внутрішнього розпорядку, що діють на базі практики. Режим роботи, встановлений для працівників бази практики, є обов'язковим для студентів, що проходять практику.

За порушення трудової дисципліни і правил внутрішнього трудового розпорядку студенти несуть дисциплінарну відповідальність перед адміністрацією університету та бази практики.

Студенти зобов'язані сумлінно виконувати програму практики, намагатися розширити знання та оволодіти навичками роботи в умовах переддипломної практики, виконувати завдання і доручення керівників від бази практики, спрямовані на засвоєння практичних навичок діяльності фахівця з управління персоналом і економіки праці.

Одним із обов'язків студентів-практикантів є ведення щоденника практики, у якому відображаються результати виконаної роботи (додаток А).

Під час проходження практики студенти складають письмові звіти про практику і своєчасно подають їх на кафедру.

4.4. Контроль за проходженням переддипломної практики

Переддипломна практика контролюється: керівниками від ВНЗу і під приємства; завідувачами кафедри, деканатом; представниками ректорату. При цьому застосовуються оперативні заходи щодо з'ясування виявлених недоліків.

Керівники від ВНЗ можуть здійснювати перевірку наявності студентів на практиці та додержання виконання графіку проходження практики.

5. Календарний графік проходження практики

Календарний графік проходження переддипломної практики розробляється перед початком практики керівниками від університету,

узгоджується з керівниками від підприємств, де студенти проходять практику практики з урахуванням особливостей підприємства та відділу, де студенти проходять практику.

У календарному графіку передбачається час на збір матеріалів для звіту, для курсової роботи, НДРС та для оформлення звіту з практики.

Найменування робіт	Тижні			
	1	2	3	4
1 Прибуття студента на підприємство, оформлення відповідних документів, знайомство з керівником практики від підприємства та робочим місцем, проведення інструктажу з техніки безпеки, відмітка в щоденнику про прибуття	X			
2 Аналіз кон'юнктури товарного ринку, на якому функціонує підприємство, та динаміки його основних показників	X			
3. Маркетингове дослідження товарного ринку		X		
4. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії подальшого розвитку досліджуваного підприємства			X	
5. Виконання індивідуального завдання від керівника дипломної роботи та/або керівника практики від підприємства			X	
6. Написання звіту. Отримання характеристики від керівника практики. Оформлення звіту. Підписання звіту керівником практики від підприємства				X

6. Написання звіту про проходження переддипломної практики

6.1. Загальні положення

Звіт про проходження переддипломної практики оформлюється студентами у письмовому вигляді. Він повинен мати чітку побудову, логічну послідовність, переконливу аргументацію, обґрунтованість рекомендацій та висновки.

Звіт повинен включати в себе наступні складові:

- титульний аркуш (приклад оформлення наведено у додатку Б);
- характеристику студента, надану керівником практики від підприємства, в якій міститься оцінка особистих якостей практиканта як фахівця, надається

оцінка дотримання відповідних вимог та виконання поставлених завдань.

Характеристика обов'язково повинна містити оцінку роботи практиканта за національною шкалою («незадовільно», «задовільно», «добре», «відмінно»).

- зміст роботи, що відображає назви усіх розділів і підрозділів звіту із зазначенням сторінок, на яких вони викладені;

- вступ, в якому розкривається мета та завдання переддипломної практики;

- основну частину, в якій відображено безпосередньо всі результати, отримані під час проходження практики;

- висновки, в яких узагальнюються основні результати дослідження бази практики. Всі висновки повинні бути сформульовані студентом-практикантом самостійно;

- список використаних джерел; Список використаних джерел повинен включати законодавчі та нормативні акти, інструктивні матеріали, сучасну літературу з питань маркетингу і нараховувати 10-15 назв. Оформлюється у алфавітному порядку;

- додатки, якщо є така потреба. У додатках показують матеріал, який:

- є необхідним для повноти представлення результатів роботи, але включення його до основної частини звіту може змінити впорядковане і логічне уявлення про роботу;

- не може бути послідовно розміщений в основній частині роботи через великий обсяг або способи відтворення.

Це, як правило, такі матеріали:

- баланс підприємства і звіт про фінансові результати за останні роки;

- річний або квартальний звіт за підсумками виробничо-господарської діяльності підприємства чи його підрозділи за відповідні періоди;

- статут підприємства, установчий договір і інші документи, що засвідчують його правовий статус (свідоцтва, сертифікати, патенти, тощо);

- посадові інструкції спеціалістів;

- колективний договір;

- плани (стратегічний бізнес-план, інвестиційний план, тощо);

– інші матеріали, що надають можливість більш змістовно висвітлити зміст практики і набуті навички, а також наочний матеріал (рисунок, схеми, графіки, фотографії, дискети тощо).

6.2. Оформлення звіту

Оформлення звіту має відповідати вимогам ДСТУ 3008-95 «Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення» [3]. Текст звіту набирають на комп'ютері через 1,5 міжрядкові інтервали, друкують за допомогою принтера на одному боці аркуша білого паперу формату А4 (210x297 мм); шрифт текстового редактора - TimesNewRoman, розмір 14 мм. Поля: зліва - 25 мм, справа - 10 мм, зверху і знизу - 20 мм. Абзац - 15 мм. Шрифт друку повинен бути чітким, щільність тексту – однаковою, колір тексту - чорний.

Текст звіту розбивається на розділи, підрозділи, пункти, підпункти. Найменування розділів, підрозділів повинно бути стислим, чітким, розкривати їх зміст. Починаються вони з абзацу, і після них крапка не ставиться. Інтервал між найменуваннями розділу складає два-три рядки, а текст від підрозділу відокремлюється інтервалом в один рядок. Якщо в тексті застосовуються специфічні скорочення, символ і терміни, то необхідно подати їх спеціальне роз'яснення. У тексті не допускається застосовувати для одного поняття різні терміни за наявності рівнозначних в українській мові. На всі запозичені із літературних джерел відомості, формули, числові дані необхідно дати посилання. Рекомендується робити їх у квадратних дужках: цифрою в дужках позначається порядковий номер джерела в списку літератури. Для пояснення і доповнення тексту в звіті може використовуватися різний ілюстративний матеріал. Всі ілюстрації нумеруються в межах розділу арабськими цифрами: Рисунок 1.1, Рисунок 2.3 тощо. Перша цифра означає номер розділу, а друга (після крапки) – номер рисунка. Ілюстрації супроводжуються підписами і пояснюючими даними, які розміщуються разом з номером під ними. Найбільш наочними і простими ілюстраціями є таблиці. Кожна з них повинна мати назву,

виконану рядковими буквами (окрім першої великої). Таблиця нумерується в межах розділу арабськими цифрами, наприклад: Таблиця 3.1. Перша цифра означає номер розділу, а друга (після крапки) – номер таблиці. Заголовки граф таблиці починаються з великих літер, а підзаголовки - з рядкових, якщо вони є продовженням заголовка. Підзаголовки, які мають самостійне значення, пишуться з великої літери. В кінці заголовків і підзаголовків таблиць не ставлять крапу. На всі таблиці повинні бути посилання в тексті.

При написанні математичних формул необхідно залишати пропуски між рядками формул і лініями дробів. Індокси і показники ступенів слід робити однакових розмірів і однаково опускати або піднімати по відношенню до лінії основного рядка. Рекомендуються наступні розміри: великих літер і цифр - 6-8 мм, рядкових - 3-4 мм, показників ступенів та індоксів - 1,5-2 мм, пропусків між рукописними рядками - 10 мм.

Формули нумеруються арабськими цифрами з правого боку в круглих дужках. Причому перша цифра означає номер розділу, а друга (після крапки) – номер формули (2.16).

Всі літерні позначення пояснюються в тій послідовності, в якій вони входять у формулу, із зазначенням одиниці вимірювання.

Допоміжні, другорядні, але такі, що мають цінність, матеріали виносяться в додатки. Кожний додаток слід починати з нової сторінки із зазначенням зверху посередині сторінки слова «Додаток». Додаток позначають великими літерами українського алфавіту, починаючи з А. На всі додатки повинні бути посилання в тексті.

Список використаних джерел розміщується в кінці звіту перед додатками. Література зазначається в алфавітному порядку.

Звіт переплітається або підшивається в папку. Нумерація сторінок в ньому повинна бути наскрізною, починатися з титульного аркуша, включаючи додатки.

Всі матеріали повинні бути зброшуровані.

6.3. Рекомендації до написання основної частини звіту з переддипломної практики

В основній частині звіту показуються дані, отримані відповідно до завдань календарного плану проходження переддипломної практики.

Аналіз кон'юнктури товарного ринку, на якому функціонує підприємство, та динаміки його основних показників (5-7 стор) передбачає вивчення виробництва й споживання аналізованої продукції, їх взаємозв'язків, а також інфраструктурного забезпечення ринку. При цьому потрібно дослідити систему таких показників за останні три - п'ять років:

- *показники виробництва* - індекси промислового виробництва, темпи оновлення продукції, обсяг і динаміка капітальних вкладень, інформація щодо замовлень, обсяг виробничих потужностей та ступінь їх завантаження, дані про працю (продуктивність, зайнятість, наявність безробіття тощо);

- *показники внутрішнього товарообігу* - обіг оптової та роздрібною торгівлі, обсяги продажу найбільших оптових та роздрібних торговельних підприємств, індекси вартості життя, витрати споживачів (обсяг і структура), інформація про рух товарних запасів, обсяги споживчого кредиту, дані про внутрішні перевезення вантажів тощо.

- *показники пропозиції товарів* - обсяг, структура і динаміка пропозиції, виробничий і сировинний потенціал пропозиції, еластичність пропозиції тощо;

- *показники купівельного попиту на товари* - попит в диференціації за такими ознаками: рівнем задоволення, вектором зміни, формами утворення, споживчими намірами, станом ринку і місцем купівлі;

- *показники споживчого потенціалу* - місткість ринку засобів виробництва, місткість ринку предметів споживання, місткість ринку послуг, еластичність попиту;

- *показники пропорційності ринку* - співвідношення попиту і пропозиції, ринку засобів виробництва, споживчих товарів і послуг, частка ринку між виробниками, оптовими і роздрібними продавцями, структура продавців за формами власності, структура покупців (оптових за формами власності,

роздрібних - за соціально-демографічними й іншими споживчими показниками), регіональна структура ринку;

- *показники тенденцій розвитку ринку* - темпи зростання, вектори і параметри трендів продажу, цін і товарних залишків, інвестицій і прибутків;

- *показники коливання, стійкості та циклічності ринків* - коефіцієнт варіації продажу, цін і товарних запасів у часі і просторі (економічному й географічному), параметри моделей сезонності розвитку і циклічності розвитку ринку;

- *показники регіональних відмінностей стану і розвитку ринку* - регіональна варіація співвідношення попиту і пропозиції та інших пропорцій ринку, регіональна варіація рівня попиту (в розрахунку на душу населення), регіональна варіація темпів динаміки основних параметрів розвитку ринку;

- *показники ділової активності* - портфель замовлень, його склад, рівень заповнення і динаміка, кількість, розмір, частота і динаміка укладання договорів, рівень завантаженості виробничих (торгівельних) потужностей;

- *показники комерційного (ринкового) ризику* - інвестиційний ризик, ризик прийняття маркетингових рішень, ризик випадкових ринкових коливань.

- *показники масштабу (розміру) ринку, рівня монополізації і конкуренції* - кількість фірм, що виступають на ринку товару, їх розподіл за формами власності, організаційними формами і спеціалізацією; загальний обсяг реалізації товарів (продуктів і послуг) на ринку і розподіл фірм за розміром (обсягом збуту); розподіл ринку (групування фірм за часткою, зайнятою ними в загальному обсязі збуту); частка малих, середніх і крупних фірм в загальному обсязі ринку.

Маркетингове дослідження товарного ринку (10-15 стор.)

передбачає:

- визначення мети та завдань дослідження;
- конкретизацію об'єкта і предмета дослідження;
- розрахунок обсягу вибірки і формування її структури;
- вибір методу маркетингового дослідження;
- технічне виконання дослідження ринку за вибраним методом;

- визначення та аналіз результатів, в якому описується методика обробки результатів, проводиться аналіз отриманих результатів (за допомогою розрахунку відсоткової частки відповідей на кожне з поставлених запитань, побудови таблиць, подання даних графічними способами – діаграми, графіки тощо), робляться висновки й вносяться пропозиції, які можуть бути подані на розгляд керівництву підприємства.

Обґрунтування вибору маркетингової стратегії подальшого розвитку досліджуваного підприємства (5-7 стор.). На основі отриманої інформації в результаті проведеного маркетингового дослідження потрібно запропонувати маркетингову стратегію щодо подальшого розвитку досліджуваного підприємства. Наприклад, конкурентну, цінову, товарну тощо.

Виконання індивідуального завдання від керівника практики на підприємстві (5-10 стор).

7. Критерії оцінки результатів практики

Захист звіту про проходження переддипломної практики проводиться перед комісією, до складу якої входять за можливістю керівник практики від підприємства, керівник роботи від ВНЗ, інші викладачі випускової кафедри. Захист звіту проводиться за наявності звіту, який відповідає вимогам до науково-дослідних звітів і характеристики керівника практики від підприємства.

Оцінка захисту студентом звіту про практику заноситься до екзаменаційної відомості та проставляється у заліковій книжці. Студент, який не виконав програму практики і отримав незадовільний відзив на базі практики або незадовільну оцінку при захисті звіту про практику, до написання дипломної роботи не допускається.

Результати проходження практики оцінюються у 100 балів:

- оцінювання практики керівником від підприємства- 20 балів;
- вичерпність і правильність виконання завдань практики та якість оформлення звіту (своєчасність представлення звіту для перевірки, повнота та розуміння отриманої інформації; сучасність прийнятих рішень, глибину

обґрунтування та розрахунків, обґрунтованість аргументів, повнота висновків, якість оформлення звіту та щоденника, виконання вимог нормативних документів тощо) - 60 балів;

– захист студентом звіту практики (повнота відповідей на запитання програми практики) - 20 балів.

Для отримання студентом відповідних оцінок (ECTS та традиційних) його рейтингова оцінка переводиться згідно з таблицею 7.1.

Таблиця 7.1 Шкала оцінювання переддипломної практики

Сума балів(R)	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	Визначення
90-100	A	5 (відмінно)	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок
82-89	B	4 (добре)	Вище середнього рівня з кількома помилками
74-81	C		В загальному правильна робота з певною кількістю помилок
64-73	D	3 (задовільно)	Непогано, але з незначною кількістю недоліків
60-63	E		Виконання задовольняє мінімальні критерії
35-59	FX	2 (незадовільно)	Можливе повторне складання
0-34	F		Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

кафедра маркетингу та управління інноваційною діяльністю

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

переддипломної

студента _____

Інститут, факультет, відділення: *факультет економіки та менеджменту*

Кафедра, циклова комісія: *кафедра маркетингу та управління інноваційною діяльністю*

Освітньо-кваліфікаційний рівень: *магістр*

Спеціальність 8.03050701 «*Маркетинг*»,

I курс, група *Мкм* _____

Суми -201__

Студент _____

Сумського державного університету спеціальності 8.03050701 «Маркетинг»

прибув «__» _____ 201__ року

до _____

(назва підприємства)

і приступив до проходження *переддипломної* практики.

Керівником практики від підприємства призначено _____

(прізвище, ім'я, по батькові, посада)

Керівник підприємства _____

(підпис)

(прізвище, ім'я, по батькові)

Печатка (підприємства,
організації, установки)

Дата складання заліку „__” _____ 201__ року

Оцінка:

за національною шкалою _____

кількість балів _____

(цифрами і літерами)

Керівник практики від вищого навчального закладу: *к.е.н., доц., доцент каф. маркетингу та управління інноваційною діяльністю СумДУ Шипуліна Юлія Сергіївна*

Календарний графік проходження практики

Найменування робіт	Тижні			
	1	2	3	4
1 Прибуття студента на підприємство, оформлення відповідних документів, знайомство з керівником практики від підприємства та робочим місцем, проведення інструктажу з техніки безпеки, відмітка в щоденнику про прибуття	X			
2 Аналіз кон'юнктури товарного ринку, на якому функціонує підприємство, та динаміки його основних показників	X			
3. Маркетингове дослідження товарного ринку		X		
4. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії подальшого розвитку досліджуваного підприємства			X	
5. Виконання індивідуального завдання від керівника дипломної роботи та/або керівника практики від підприємства			X	
6. Написання звіту. Отримання характеристики від керівника практики. Оформлення звіту. Підписання звіту керівником практики від підприємства				X

Індивідуальне завдання студента: _____

Керівники практики:

від вищого навчального закладу _____

Шипуліна Ю.С.

від підприємства _____

Зразок оформлення титульного листа звіту

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ
ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

З В І Т
ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Виконав (ла) студент (ка)

гр. МКм-_____

(підпис)

(П.І.П.)

Керівник практики

від підприємства

(підпис)

(П.І.П.)

Керівник практики

від університету

(підпис)

Шипуліна Ю.С.

Суми 20__