

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК

Кафедра маркетингу та управління бізнесом

**ПРОГРАМА
ПЕДАГОГІЧНОЇ ПРАКТИКИ
ДЛЯ СТУДЕНТІВ
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 073 «МЕНЕДЖМЕНТ»
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»**

Київ – 2021

Романченко Н. В., Россоха В.В., Пічик К. В. Програма педагогічної практики для студентів спеціальностей 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг» Київ : НАУКМА, 2021. 10 с.

Викладено програму та методичні рекомендації з підготовки, структури, оформлення та порядку захисту звітів про проходження практики для освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» спеціальностей «Менеджмент» та «Маркетинг».

© Романченко Н.В.

© Россоха В.В.

© Пічик К.В.

*Схвалено на засіданні кафедри маркетингу та управління бізнесом
«30» серпня 2021 р., протокол № 7*

*Завідувач кафедри
маркетингу та управління бізнесом*

Пічик К. В.

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відповідальним етапом у професійному становленні майбутнього магістра, викладача з маркетингу є педагогічна практика. Її мета – формування необхідних педагогічних навичок і умінь, практична підготовка фахівців, здатних працювати як за традиційними, так і за новими педагогічними технологіями, творчий розвиток майбутніх спеціалістів-маркетологів.

Програма педагогічної практики студентів, які навчаються за освітньо-кваліфікаційним рівнем магістр спеціальності 075 «Маркетинг» складена у відповідності з вимогами навчального плану підготовки. Ця практика є обов'язковим складником підготовки і проводиться на базі університету протягом 15-ти тижнів без відриву від навчання.

Керівниками практики призначаються викладачі кафедри маркетингу та управління бізнесом, які мають значний педагогічний досвід.

Тривалість практики 15 тижнів.

МЕТА ТА ЗМІСТ ПРАКТИКИ

Метою практики є:

- на основі засвоєння науково-теоретичних засад методики викладання маркетингових дисциплін у вищій школі оволодіти первинними практичними навичками і вміннями проведення різноманітних занять, лекцій, семінарів, виховних заходів та виконання інших видів викладацької роботи;
- засвоєння основ методики складання та удосконалення навчально-методичної документації;
- засвоєння основ методики та практики організації навчального процесу у закладі вищої освіти;
- набуття досвіду у проведенні виховних заходів зі студентами.

Змістом педагогічної практики має бути здійснення наступних заходів:

- вивчення навчально-методичної документації кафедри (програм навчальних курсів, планів семінарських занять, тематики контрольних робіт, контрольних та екзаменаційних питань, контрольньо-кваліфікаційних робіт);
- участь в удосконаленні та актуалізації навчально-методичних документів з дисциплін, які викладають на кафедрі (оновлення літератури, джерел, змісту) за вказівкою керівників;
- ознайомлення зі спеціальною літературою, у т. ч. з педагогіко-методичною;
- участь у методичних семінарах кафедри (за погодженням керівниками практики та завідувачем кафедри);
- проведення за участю керівників практики 2-х семінарських занять, які мають бути відрецензовані керівниками і на які запрошуються викладачі кафедри;
- читання пробної лекції (2 год.);

- асистування викладачам та керівникам у підготовці та проведенні семінарських занять, засідань наукових гуртків, керівництві та написанні курсових робіт, перевірці та оцінюванні письмових контрольних та курсових робіт (для магістрів);

- відвідування занять інших студентів-практикантів;
- підготовка текстів лекцій, планів-конспектів, семінарських занять з різних навчальних дисциплін.

Студенти-практиканти не можуть використовуватись кафедрою для виконання завдань не пов'язаних з цілями педагогічної практики.

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ, МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ І ФОРМИ ОЦІНЮВАННЯ

Загальні результати навчання	Методи викладання і навчання	Форми оцінювання
Формування системи знань щодо викладання маркетингу в умовах адаптації вищої освіти до європейської системи навчання	Прийоми аналізу ключових освітніх положень набуття знань у вітчизняних і європейських документах і матеріалах	Індивідуальне виконання контрольної роботи (1-5)
Обґрунтування загальнодидактичних і загальнометодичних підходів педагогіки до навчання і викладання у вищій школі як виду діяльності	Методи дидактики навчання і викладання маркетингових дисциплін у вищій школі	Участь у дискусії при обговоренні методів (1-5)
Набуття вмінь і навичок для здійснення викладацької діяльності та забезпечення освітнього процесу	Методики підготовка матеріалів для лекційних, семінарських і практичних занять	Кейси (1-4)
Дотримання принципів компетентнісного підходу до освітнього процесу, академічної доброчесності і академічної культури	Презентація результатів навчального компетентнісно-діяльнісного доробку відповідно до вимог	Індивідуальний освітній проєкт Командний освітній проєкт

Результати навчання

Результати навчання (РН)	
РН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу	+
РН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності	+
РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	+
РН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами	+
РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу	+
РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень	+
РН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів	+
РН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта	+
РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм	+
РН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	+
РН 16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження	+
РН 17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів	+
РН 18. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства	+

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИКИ

1. Студенти спрямовуються на педагогічну практику Наказом.

2. Для організації педагогічної практики кафедра визначає з числа викладачів професорів та доцентів загального (кафедрального) координатора практики, а також тих професорів та доцентів, які здійснюватимуть безпосереднє індивідуальне керівництво студентами-практикантами.

3. Координатор практики від кафедри зобов'язаний:

- подати в деканат інформацію про закріплення студентів практикантів за викладачами, які здійснюють індивідуальне керівництво (затверджене рішенням кафедри);

- подати в деканат календаризований план-графік проведення зі студентами-практикантами контрольних заходів, затверджених кафедрою;

- ознайомити студентів-практикантів кафедри з їх правами та обов'язкам під час проходження практики;

- донести до відома студентів програму практики та ознайомити їх з графіком проходження практики;

- проінформувати студентів про мету та зміст педагогічної практики.

- консультувати студентів з питань оформлення матеріалів практики;

- здійснювати постійний контроль за проходженням студентами практики.

4. Індивідуальний керівник практики зобов'язаний:

- сформувати індивідуальний робочий план проходження практики, складений на основі даної програми та з урахуванням кафедральних умов і особливостей місця практики;

- здійснювати постійне керівництво виконанням індивідуального робочого плану практики студентів, які закріплені за ним, давати їм необхідні вказівки і завдання та перевіряти їх виконання;

- надавати методичні рекомендації та консультації з питань проходження практики;

- після закінчення практики оцінити виконання відповідних завдань, завірити щоденники практики і скласти характеристику на кожного студента-практиканта.

5. Студент-практикант зобов'язаний:

- перед початком практики ретельно ознайомитись з програмою практики та розробленими кафедрою педагогіки докладними методичними рекомендаціями, які є на кафедрі, щодо проходження практики;

- бути присутнім на усіх організаційно-методичних заходах кафедри, отримати необхідні вказівки і консультації координатора та індивідуального керівника практики;

- отримати на кафедрі від керівника індивідуальне робоче завдання;

- пройти інструктаж з безпеки життєдіяльності, дотримуватись правил внутрішнього трудового розпорядку за місцем проходження практики;

- повністю виконати програму практики;
- належно і своєчасно оформити усі необхідні документи про проходження практики;
- своєчасно захистити практику.

6. Кафедра маркетингу та управління бізнесом періодично обговорює на своїх засіданнях стан і результати проведення педагогічної практики.

7. Рада факультету щорічно обговорює питання педагогічної практики.

ФОРМИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Звітність студента про походження практики здійснюється у формі подання письмового звіту, підписаного та оціненого безпосереднім керівником практики.

До звіту додаються: тексти лекцій та матеріалів семінарських та практичних завдань, підготовлені студентом, письмовий аналіз відвідуваних студентом занять, письмова психологічна характеристика (завдання).

Звіт перевіряється, рецензується та затверджується індивідуальним керівником практики. Звіт захищається студентом перед комісією.

При оцінюванні результатів проходження педагогічної практики комісія посилається на те, що студент має повністю реалізувати цілі й завдання практики, зокрема набуття знань, вмінь та навичок, необхідних для самостійного проведення семінарських і практичних занять, перевірки та оцінювання письмових навчальних робіт, організації виховних заходів зі студентами.

Результати складання звіту з практики заносяться до екзаменаційної відомості, залікової книжки студента.

ОРІЄНТОВНА СХЕМА АНАЛІЗУ ЛЕКЦІЙ

1. Зміст лекції: науковість, відповідність сучасному рівню розвитку маркетингу. Ідейна спрямованість. Визначення головних ідей, питання методології науки, зіставлення різноманітних концепцій. Висунення проблемних питань, активізація мислення. Наявність завдань для самостійного опрацювання матеріалу, зв'язок з попередніми лекціями, розділами курсу, внутрішньо-предметні зв'язки, міжпредметні зв'язки, зв'язок з факультетом.

2. Методика читання лекції: чітка структура, логіка викладу, повідомлення літератури до теми або до всього курсу. Доступність, аргументованість, виокремлення головного в матеріалі та висновках.

Повторення, підтвердження підсумків, оформлення схем, таблиць, окремих записів.

3. Керівництво роботою студентів: допомога у веденні записів (темп), використання цікавих прикладів, риторичних запитань, жартів та ін. Спонування до запитань з боку студентів.

4. Особистість лектора: знання предмета. Емоційність, голос, дикція. Якість, чіткість, грамотність мовлення. Зовнішній вигляд, вміння триматись перед аудиторією. Уміння відчувати аудиторію, встановлювати контакт.

5. Результати лекцій: інформаційна цінність лекцій. Виховний вплив, досягнення дидактичних цілей.

ОСНОВНІ КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ СЕМІНАРСЬКОГО ЗАНЯТТЯ РЕЦЕНЗЕНТОМ

1. Цілеспрямованість – проблемність, поєднання теоретичного матеріалу з його практичним використанням у майбутній професійній діяльності.

2. Планування – виокремлення головних питань, наявності новинок у списку літератури.

3. Організація семінару – вміння починати та підтримувати дискусію, аналіз доповідей студентів, наповненість навчального часу обговоренням проблем, поведінка викладача.

4. Стиль проведення семінару – жвавий, млявий та ін.

5. Ставлення до студентів – поважне, урівноважене, в міру вимогливе чи байдуже.

6. Ставлення студентів до викладача – поважне, байдуже, критичне.

7. Управління групою – швидкість встановлення контакту, впевненість і взаємодія з групою. Наявність зауважень, робота лише з окремими студентами, підвищення тону.

8. Коментарі та висновки викладачам – кваліфіковані, доказові, переконливі чи навпаки, неістотні, некваліфіковані, не містять теоретичних зауважень.

Педагогічна практика оцінюється за стобальною системою оцінювання. Зокрема, така максимальна кількість балів виставляється:

- підготовка лекційного заняття – 10 балів,
- проведення лекційного заняття – 30 балів,
- підготовка семінарського заняття – 10 балів,
- проведення семінарського заняття – 30 балів,
- взаємовідвідування – 10 балів,
- звіт – 10 балів.

Остаточну оцінку здійснює керівник від кафедри.

ДОДАТКИ**ДОДАТОК А**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК

Кафедра маркетингу та управління бізнесом

**ПЛАН-КОНСПЕКТ
Семінарського заняття на тему:**

Склав(ла) студент(ка) _____

Перевірив (ла)

(вказати прізвище керівника від кафедри)

Київ 20__

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК

Кафедра маркетингу та управління бізнесом

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

На тему: _____

Склав(ла) студент(ка) _____

Перевірів (ла)

(вказати прізвище керівника від кафедри)

Київ 20__