

**Відокремлений структурний підрозділ
«Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державний торговельно-економічний університет»**

З В І Т

Практична підготовка: навчальна практика

Назва практики	Навчальна практика. Інструменти автоматизації професійної діяльності
Циклова комісія	Економіки, управління та адміністрування
Галузь знань	D "Бізнес, адміністрування та право"
Спеціальність	D5 "Маркетинг"
Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	Нікуліна Єлизавета Сергіївна
Курс, академічна група	1 курс, група МР-25

Харків, 2026

Харків, 2026

**Календарний графік проходження навчальної практики.
Інструменти автоматизації професійної діяльності**

№	Назва робіт	Тижні		Виконання
		1	2	
1	Створення персонального інформаційного середовища з використанням Microsoft OneDrive.	+		Виконано
2	Використання Microsoft Outlook для щоденної роботи з поштою. Microsoft To Do та Calendar.	+		Виконано
3	Управління робочими процесами з використанням Microsoft Teams.	+		Виконано
4	Створення опитування за допомогою Microsoft Forms.	+		Виконано
5	Аналіз тенденцій сезонних коливань з використанням індексів сезонності.	+		Виконано
6	Аналіз і моделювання обсягу реалізованої продукції на основі точки беззбитковості.	+		Виконано
7	Виконання ABC-аналізу.	+		Виконано
8	Створення презентації у Microsoft PowerPoint для захисту звіту.		+	Виконано
9	Проектування спрощеної 3D-моделі «Офісне приміщення».		+	Виконано
10	Індивідуальне завдання № 1. Презентація проєкту нового товару «MoodSpace».		+	Виконано
11	Індивідуальне завдання № 2. Побудова трендових моделей.		+	Виконано
12	Складання та захист звіту.		+	Виконано

Керівник практики:



Тетяна КУНІЧЕВА

1. Перелік виконаних завдань для самостійної роботи

(копії екранів, що підтверджують їх виконання)

Тема 1. Цифрові технології Microsoft 365 у фінансовій сфері

1.1. Створення інформаційного середовища з використанням Microsoft OneDrive

Завдання виконано: створено персональний хмарний простір у Microsoft OneDrive. Відкрито розділ «Мій обліковий запис», створено папку «Навчальна практика» з підпапками відповідно до видів діяльності, налаштовано спільний доступ до матеріалів практики.

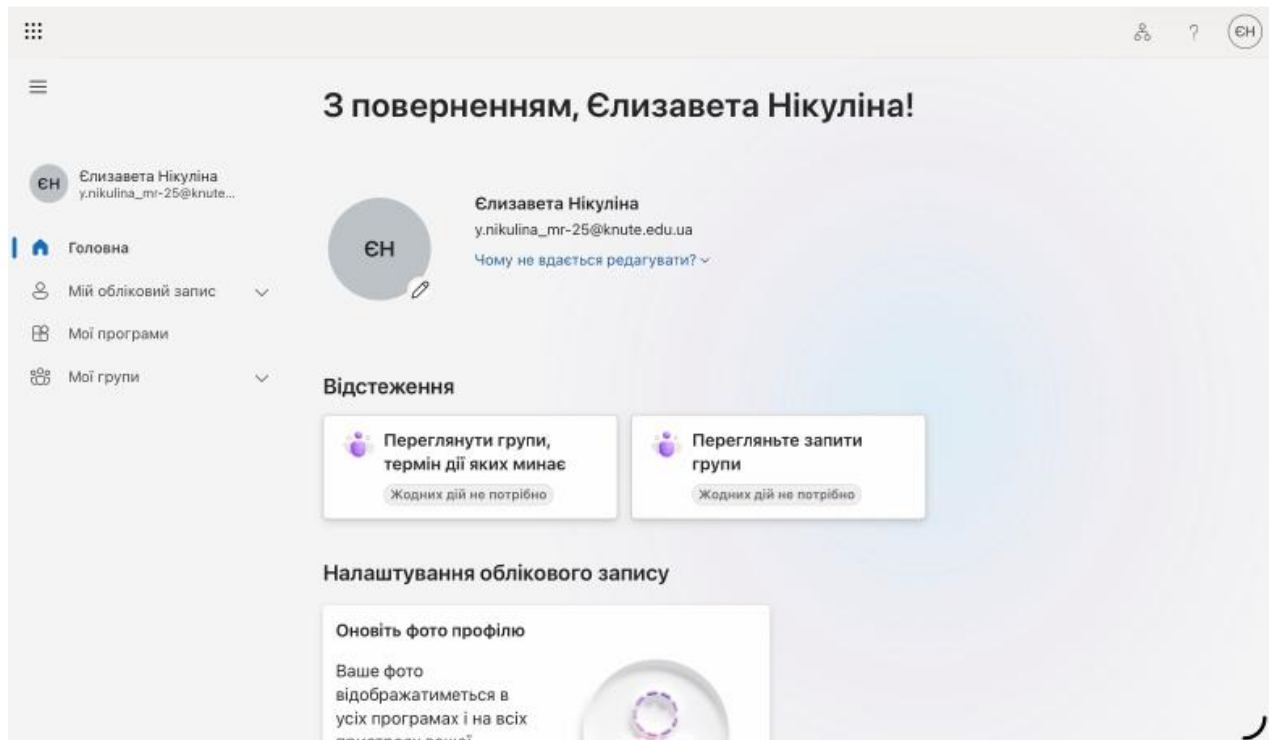


Рис. 1.1. Персональний обліковий запис Microsoft OneDrive

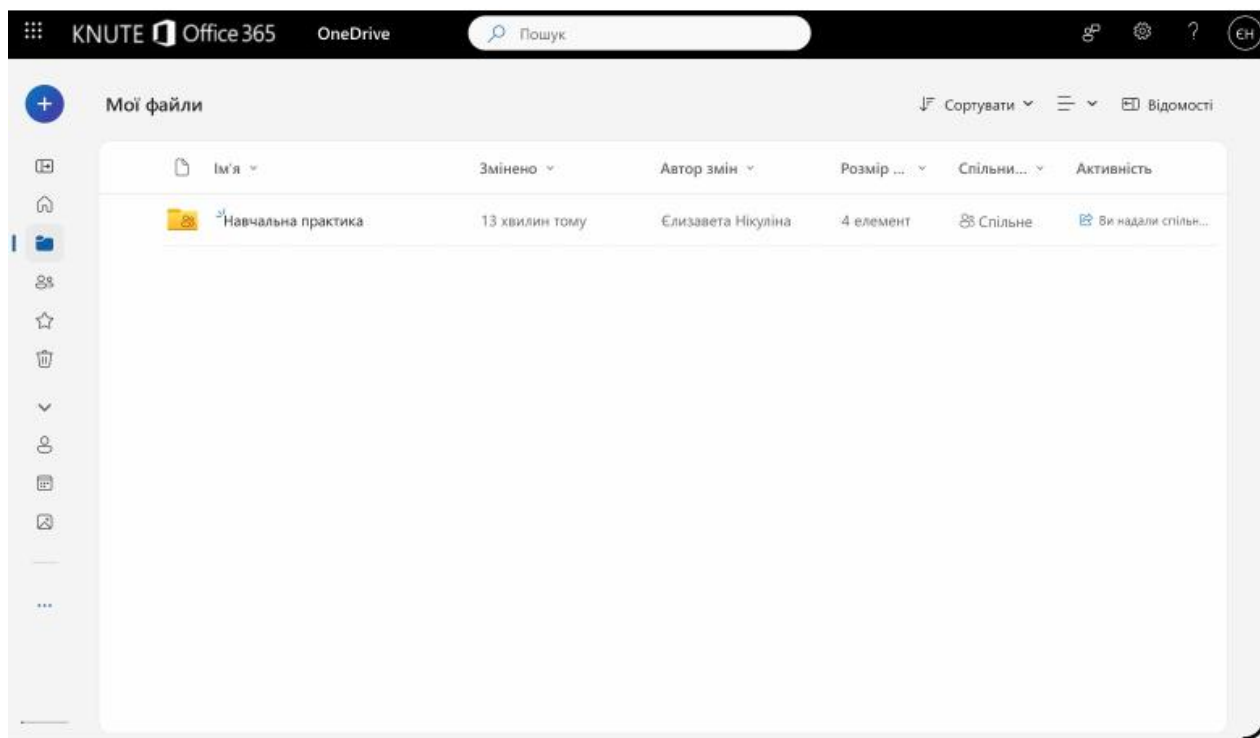


Рис. 1.2. Папка «Навчальна практика» з підпапками в OneDrive

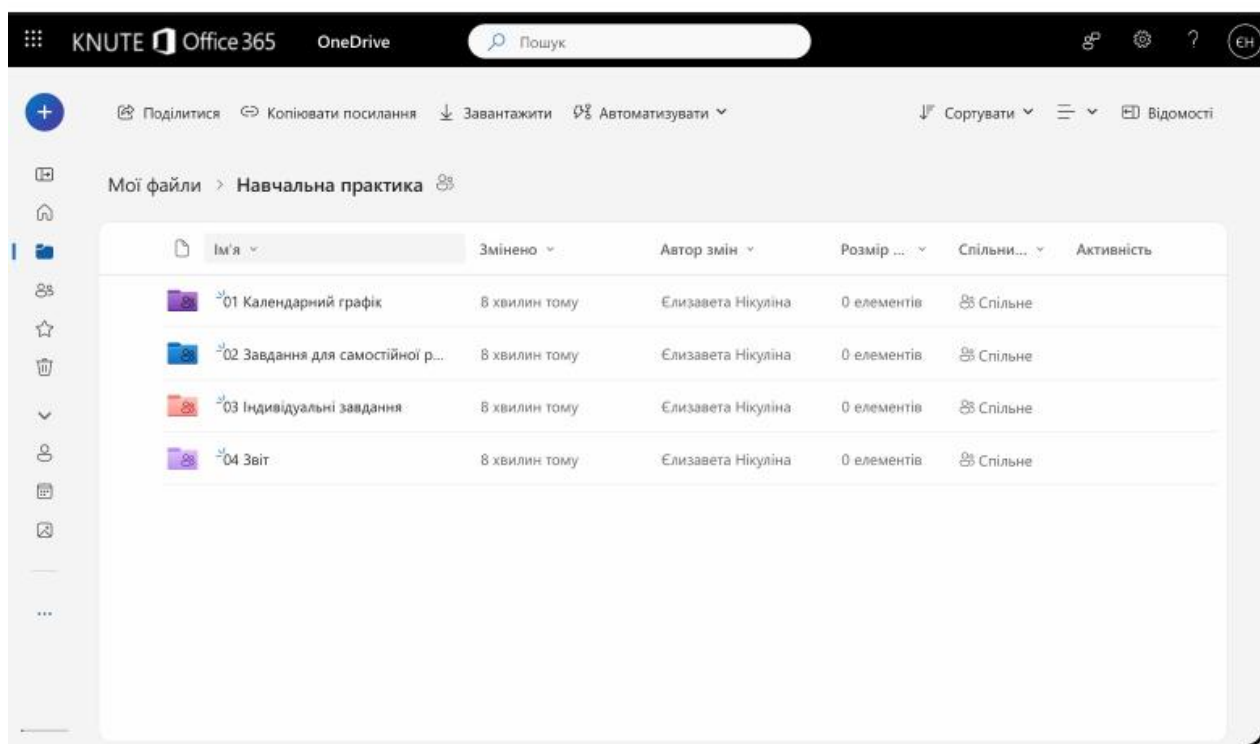


Рис. 1.3. Налаштування спільного доступу до матеріалів

1.2. Використання додатків Microsoft Outlook, Calendar та To Do

Завдання виконано: освоєно роботу з корпоративною електронною поштою Microsoft Outlook — надіслано листи з темою та вкладеннями. Створено події в Microsoft Calendar, сформовано список завдань у Microsoft To Do.

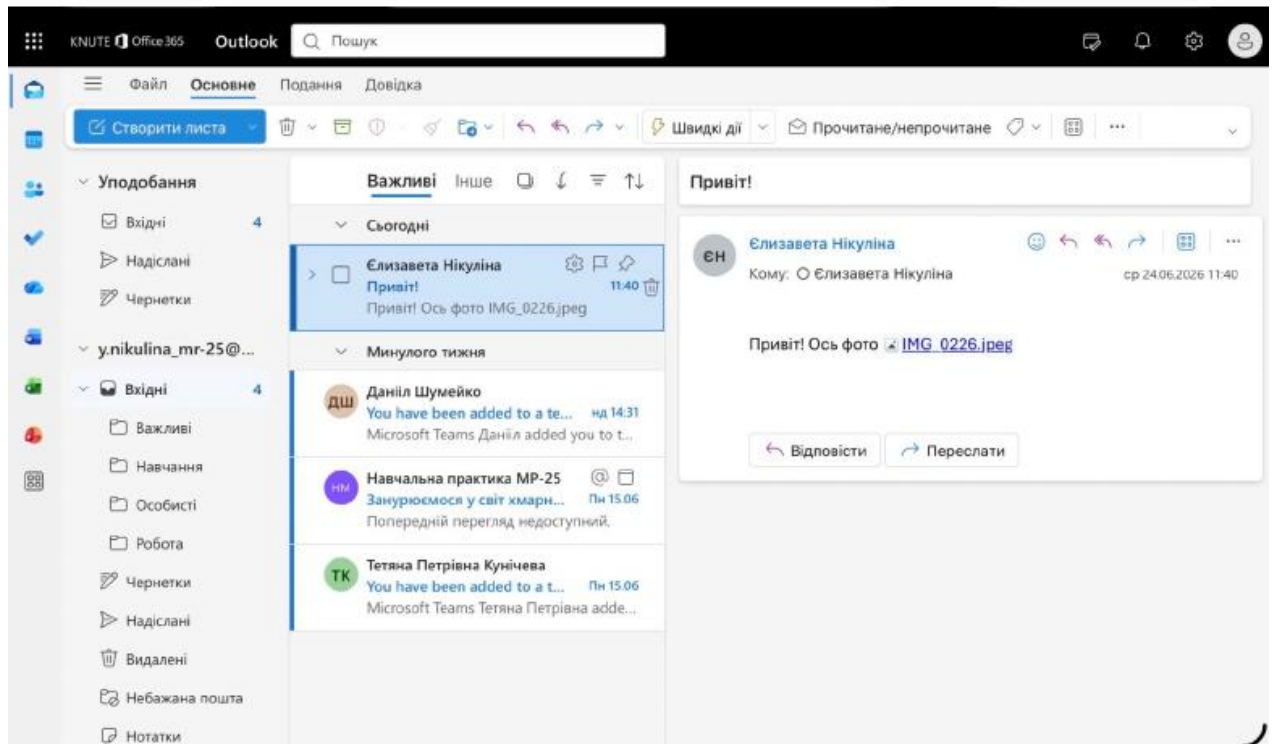


Рис. 1.4. Електронна пошта Microsoft Outlook — листування

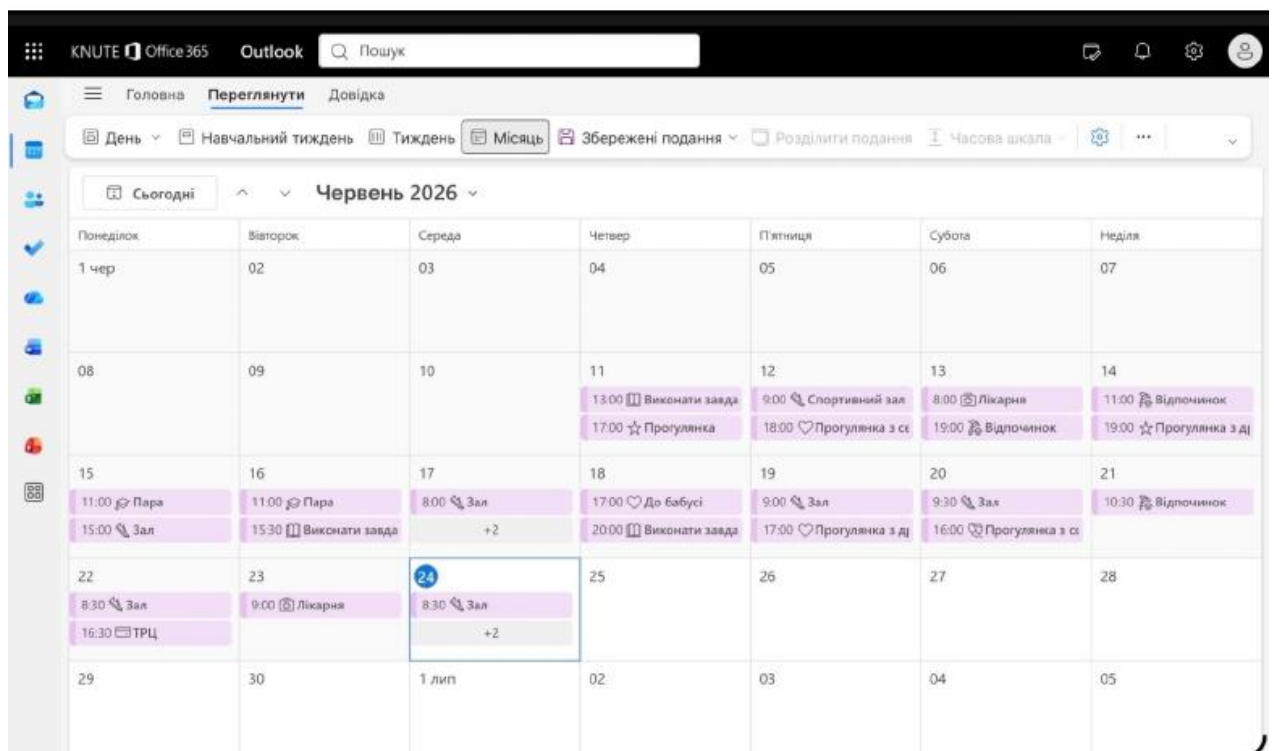


Рис. 1.5. Microsoft Calendar — планування подій

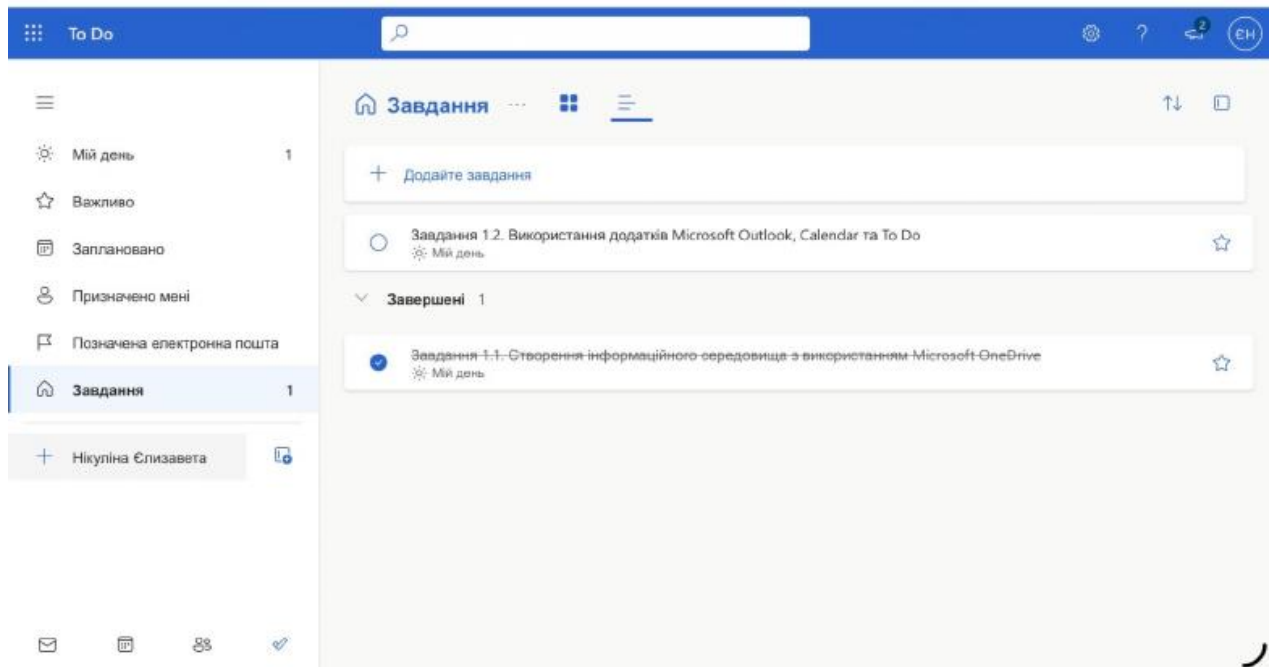


Рис. 1.6. Microsoft To Do — список завдань практики

1.3. Організація спільної роботи з використанням додатку Microsoft Teams

Завдання виконано: створено команду «Команда Нікуліна» та налаштовано канали. Заплановано та проведено онлайн-нараду з учасниками. Переглянуто календар із запланованою зустріччю.

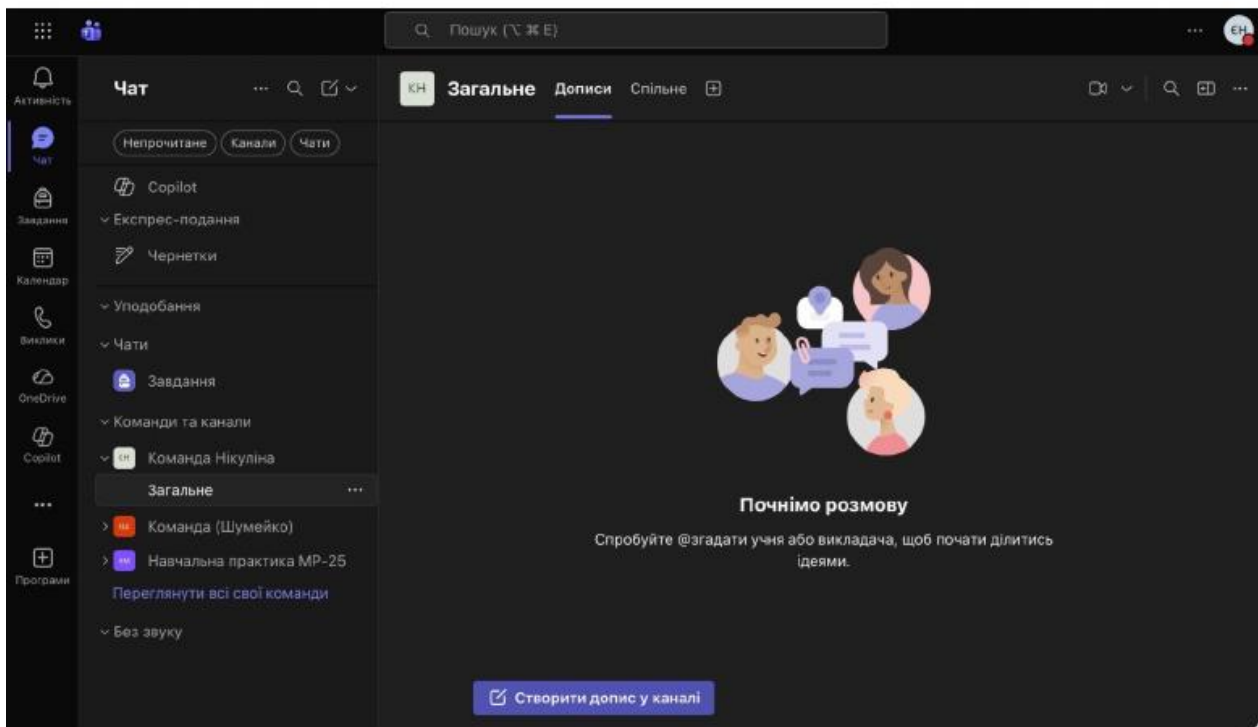


Рис. 1.7. Команда та канали в Microsoft Teams

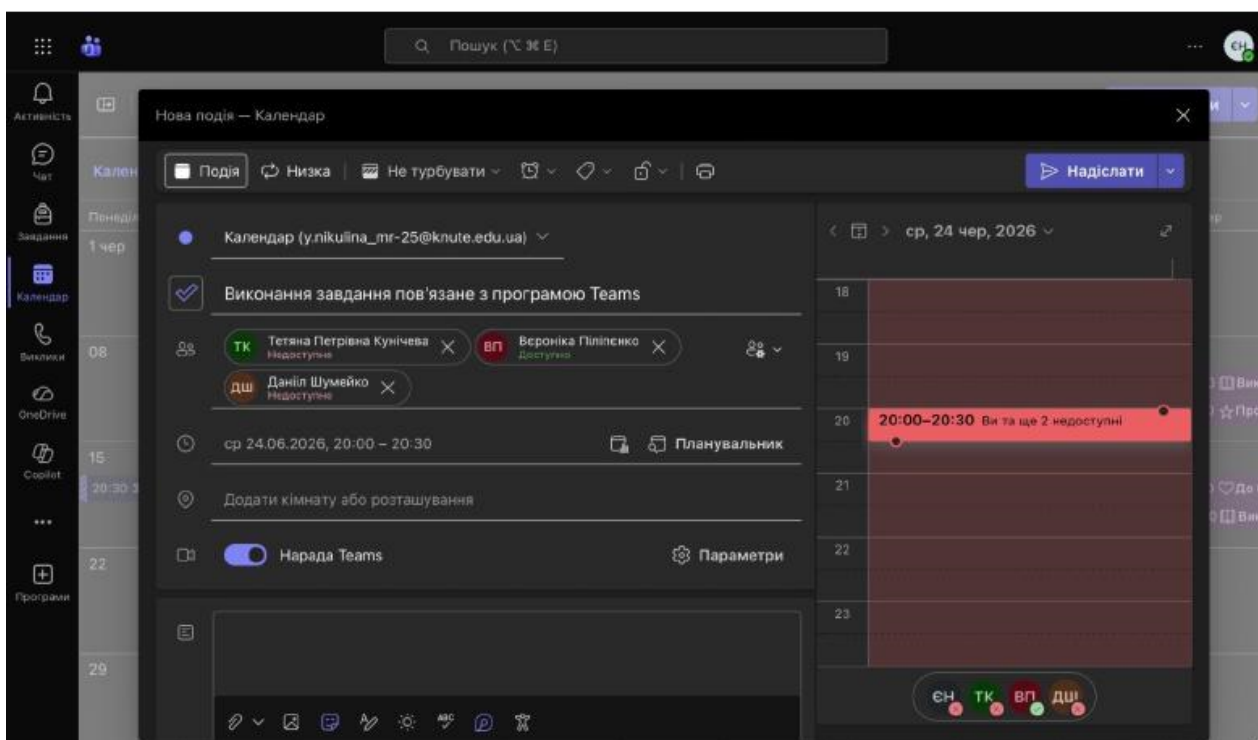


Рис. 1.8. Планування наради в Microsoft Teams

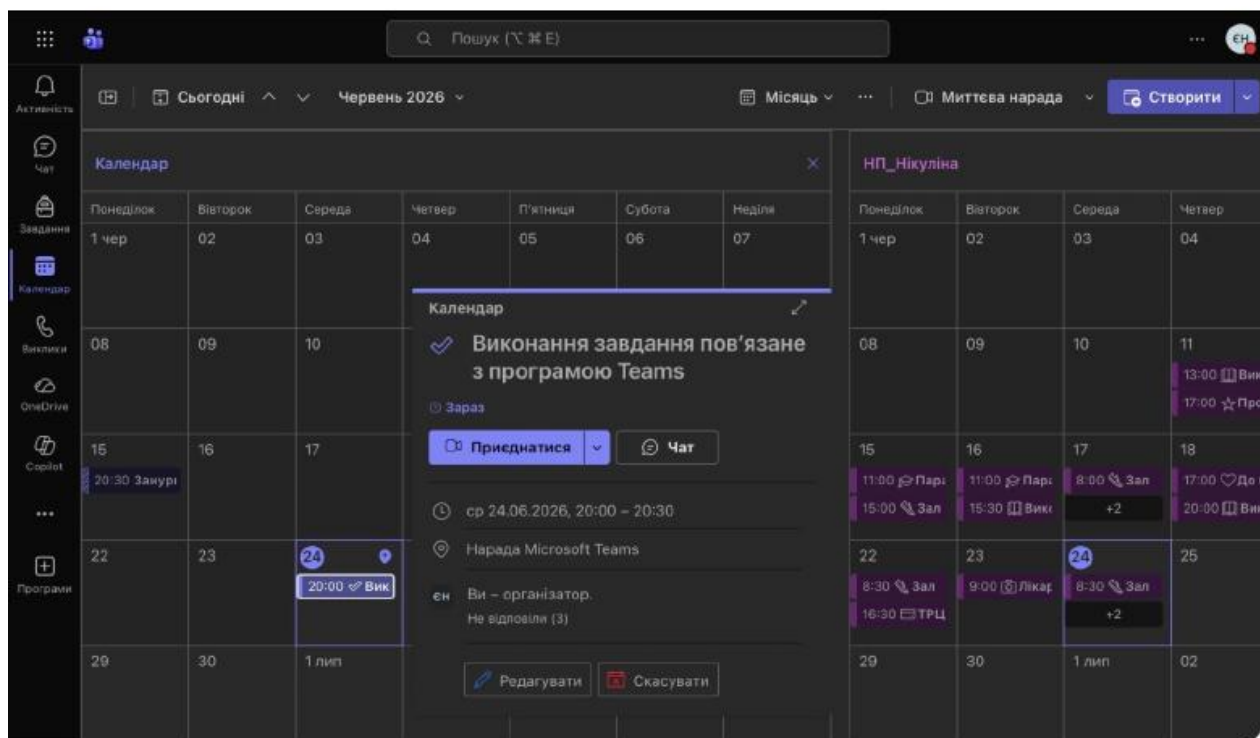


Рис. 1.9. Календар Teams із запланованою зустріччю

1.4. Організація опитувань за допомогою додатка Forms

Завдання виконано: створено форму «Реєстрація події в коледжі» на основі шаблону Microsoft Forms. Зібрано відповіді учасників та проведено аналіз результатів з експортом до Microsoft Excel.

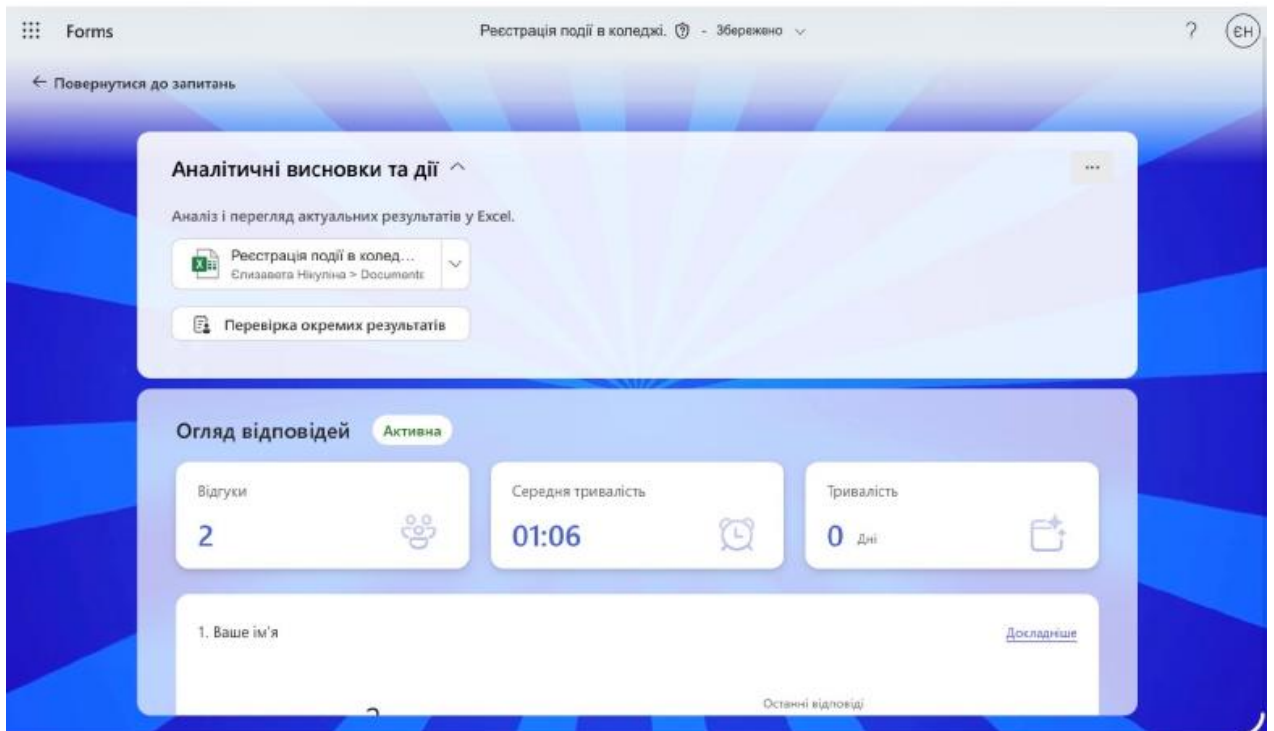


Рис. 1.10. Результати опитування «Регістрація події» — аналітика Forms

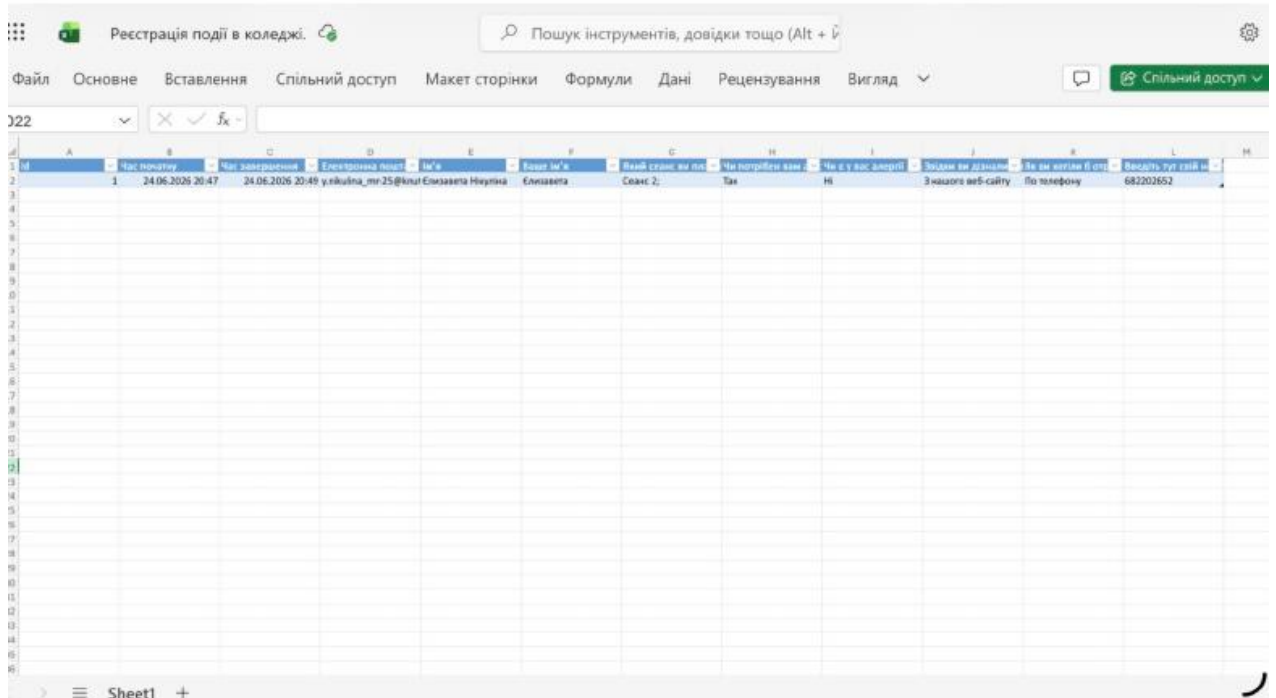


Рис. 1.11. Відповіді учасників опитування в Microsoft Excel

1.5. Аналіз тенденцій сезонних коливань (CP 1_5)

Завдання виконано: проведено аналіз сезонних коливань доходів і відвідувачів кафе за три роки (2023–2025). Розраховано індекси сезонності за кварталами та місяцями. Побудовано графіки сезонної хвилі. На 2026 р. розплановано річний дохід 130 000 тис. грн.

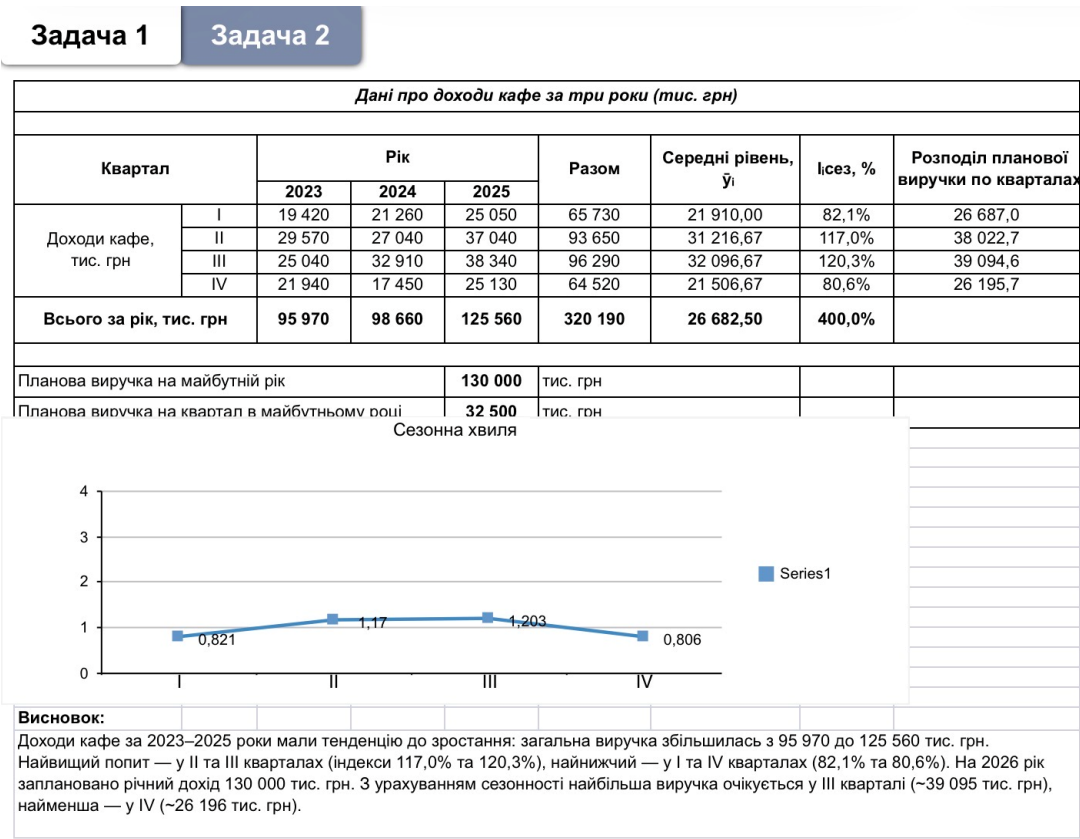


Рис. 1.12. СР 1_5 — Задача 1: квартальний аналіз сезонності доходів кафе (2023–2025)

Задача 1

Задача 2

Дані про кількість відвідувачів кафе за три роки (чол.)								
	Місяць	Рік			Разом	Середній рівень, уі	Ісез, %	Розподіл відвідувачів по місяцях, чол.
		2023	2024	2025				
Кількість відвідувачів кафе, чол.	січень	839	811	826	2 476	825,33	79,0%	855
	лютий	887	905	906	2 698	899,33	86,0%	932
	березень	1 010	1 007	1 111	3 128	1 042,67	99,8%	1 081
	квітень	993	980	962	2 935	978,33	93,6%	1 014
	травень	1 137	1 153	1 127	3 417	1 139,00	109,0%	1 181
	червень	1 202	1 185	1 339	3 726	1 242,00	118,8%	1 287
	липень	1 378	1 380	1 385	4 143	1 381,00	132,1%	1 431
	серпень	1 212	1 179	1 207	3 598	1 199,33	114,7%	1 243
	вересень	1 132	1 090	1 105	3 327	1 109,00	106,1%	1 149
	жовтень	969	985	951	2 905	968,33	92,6%	1 004
	листопад	901	890	905	2 696	898,67	86,0%	931
	грудень	839	850	890	2 579	859,67	82,2%	891
Всього за рік, чол.		12 499	12 415	12 714	37 628	1 045,22	1200,0%	
Планова кількість відвідувачів на 2026 рік, чол.		13 000						
Сезонна хвиля								
Висновок: Відвідуваність кафе у 2023–2025 роках залишалась стабільною: загальна кількість відвідувачів — близько 37 600 чол./рік. Пікові місяці — червень–серпень (індекси >120%), найнижча відвідуваність — у грудні–лютому (<80%). На 2026 рік заплановано 13 000 відвідувачів (умовна середня — ~1 083 чол./міс.). З урахуванням сезонності найбільший потік очікується влітку, найменший — взимку.								

Рис. 1.13. CP 1_5 — Задача 2: місячний аналіз сезонності відвідувачів кафе (2023–2025)

1.6. Аналіз і моделювання обсягу реалізованої продукції на основі точки беззбитковості (CP 1_6)

Завдання виконано: проведено порівняльний аналіз двох варіантів виробництва для чотирьох задач. Розраховано точку беззбитковості, чистий прибуток, комерційну рентабельність та термін окупності. Зроблено обґрунтовані висновки щодо оптимального варіанту.

Задача 1 (Морозиво)	Задача 2 (Вермішель)	Задача 3 (Послуги)	Задача 4 (Автобуси)
---------------------	----------------------	--------------------	---------------------

Вихідні дані					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти виробництва	
				Власне виготовлення	Закупівля
1	Очікуваний попит на місяць	шт./місяць	пм	5 850	5 350
2	Річний об'єм продажу	шт.	N _р	70 200	64 200
3	Об'єм продажу за період аналізу	шт.	N	140 400	128 400
4	Вартість порції морозива, грн	грн	с	110	110
5	Постійні витрати	грн	Q _п	285 000	192 000
6	Змінні витрати (на порцію)	грн	q	44,2	57,2
7	Період аналізу	рік	T	2	2
Розрахункові показники					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти виробництва	
				Власне виготовлення	Закупівля
1	Маржинальний прибуток	грн	mp	65,80	52,80
2	Повний маржинальний прибуток	грн	Мр	9 238 320,00	6 779 520,00
3	Чистий прибуток	грн	P	8 953 320,00	6 587 520,00
4	Точка беззбитковості	шт.	V_б	4 331,31	3 636,36
5	Повні змінні витрати	грн	Q	6 205 680,00	7 344 480,00
6	Сукупні витрати	грн	QS	6 490 680,00	7 536 480,00
7	Виручка (товарооборот)	грн	C	15 444 000	14 124 000
8	Комерційна рентабельність	%	Rk	5 797,00%	4 664,00%
9	Середньоденний попит	шт.	пд	201	183
10	Термін окупності	день	td	22	20
11	Термін окупності	місяць	tm	0,74	0,68
Висновок:					
Порівнявши два варіанти, доцільно обрати власне виготовлення морозива на придбаному технологічному устаткуванні. Незважаючи на вищі постійні витрати (285 000 грн проти 192 000 грн) та більший термін окупності (0,74 міс. проти 0,68 міс.), цей варіант забезпечує вищий чистий прибуток (8 953 320 грн проти 6 587 520 грн), більшу виручку (15 444 000 грн проти 14 124 000 грн) та вищу комерційну рентабельність (57,97% проти 46,64%). Це стає можливим завдяки нижчим змінним витратам (44,2 грн проти 57,2 грн) та більшому обсягу продажів.					

Рис. 1.14. CP 1_6 — Задача 1 (Морозиво): аналіз точки беззбитковості

Задача 1 (Морозиво)	Задача 2 (Вермішель)	Задача 3 (Послуги)	Задача 4 (Автобуси)
---------------------	----------------------	--------------------	---------------------

Вихідні дані					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти виробництва	
				Ваговий	З розфасовкою
1	Очікуваний попит на місяць	кг/місяць	пм	2 800	3 200
2	Річний об'єм продажу	кг	N _р	33 600	38 400
3	Об'єм продажу за період аналізу	кг	N	67 200	76 800
4	Ціна продажу (за кг)	грн	с	34	43
5	Постійні витрати	грн	Q _п	25 000	32 000
6	Змінні витрати	грн	q	9	11
7	Період аналізу	рік	T	2	2
Розрахункові показники					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти виробництва	
				Ваговий	З розфасовкою
1	Маржинальний прибуток	грн	mp	25	32
2	Повний маржинальний прибуток	грн	Мр	1 680 000	2 457 600
3	Чистий прибуток	грн	P	1 655 000	2 425 600
4	Точка беззбитковості	кг	V_б	1 000,00	1 000,00
5	Повні змінні витрати	грн	Q	604 800	844 800
6	Сукупні витрати	грн	QS	629 800	876 800
7	Виручка (товарооборот)	грн	C	2 284 800	3 302 400
8	Комерційна рентабельність	%	Rk	7 244,00%	7 345,00%
9	Середньоденний попит	кг	пд	96	110
10	Термін окупності	день	td	10,42	9,11
11	Термін окупності	місяць	tm	0,36	0,31
Висновок:					
Порівнявши два варіанти, доцільно обрати метод з попередньою розфасовкою продукції. Незважаючи на вищі постійні витрати (32 000 грн проти 25 000 грн), цей варіант забезпечує вищий чистий прибуток (2 425 600 грн проти 1 655 000 грн), більшу виручку (3 302 400 грн проти 2 284 800 грн), вищу комерційну рентабельність (73,45% проти 72,44%) та менший термін окупності (0,31 міс. проти 0,36 міс.). Капіталовкладення у фасувальне обладнання є доцільним.					

Рис. 1.15. CP 1_6 — Задача 2 (Вермішель): аналіз точки беззбитковості

Задача 1 (Морозиво)

Задача 2 (Вермішель)

Задача 3 (Послуги)

Задача 4 (Автобуси)

Вихідні дані					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти виробництва	
				Більярд	Боулінг
1	Очікуваний попит на місяць	чол./год.	pm	2 200	3 500
2	Річний об'єм продажу	шт.	N _р	26 400	42 000
3	Об'єм продажу за період аналізу	шт.	N	52 800	84 000
4	Ціна послуги (за годину)	грн.	c	300	350
5	Постійні витрати	грн.	Q _п	300 000	650 000
6	Змінні витрати	грн.	q	60	70
7	Період аналізу	рік	T	2	2
Розрахункові показники					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти виробництва	
				Більярд	Боулінг
1	Маржинальний прибуток	грн.	mp	240	280
2	Повний маржинальний прибуток	грн.	Мр	12 672 000	23 520 000
3	Чистий прибуток	грн.	P	12 372 000	22 870 000
4	Точка беззбитковості	шт.	V_б	1 250,00	2 321,43
5	Повні змінні витрати	грн.	Q	3 168 000	5 880 000
6	Сукупні витрати	грн.	QS	3 468 000	6 530 000
7	Виручка (товарооборот)	грн.	C	15 840 000	29 400 000
8	Комерційна рентабельність	%	Rk	7 811,00%	7 779,00%
9	Середньоденний попит	шт.	pd	75	120
10	Термін окупності	день	td	16,57	19,35
11	Термін окупності	місяць	tm	0,57	0,66
Висновок:					
Порівнявши два варіанти, доцільно обрати відкриття більярдного залу. Незважаючи на менший обсяг виручки (15 840 000 грн проти 29 400 000 грн), він має значно нижчі постійні витрати (300 000 грн проти 650 000 грн), вищу комерційну рентабельність (78,11% проти 77,79%), меншу точку беззбитковості (1 250 шт. проти 2 321 шт.) та коротший термін окупності (0,57 міс. проти 0,66 міс.). Більярдний зал є менш ризикованою інвестицією.					

Рис. 1.16. CP 1_6 — Задача 3 (Послуги): аналіз точки беззбитковості

Задача 1 (Морозиво)

Задача 2 (Вермішель)

Задача 3 (Послуги)

Задача 4 (Автобуси)

Вихідні дані					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти виробництва	
				Закупка автобусів	Оренда автобусів
1	Очікуваний попит на місяць	шт./місяць	pm	120	120
2	Річний об'єм продажу	шт.	N _р	1 440	1 440
3	Об'єм продажу за період аналізу	шт.	N	2 880	2 880
4	Ціна послуги (один рейс, 25 пасажирів)	грн	c	87 500	87 500
5	Постійні витрати	грн.	Q _п	9 500 000	2 700 000
6	Змінні витрати	грн.	q	30 000	50 000
7	Період аналізу	рік	T	2	2
Розрахункові показники					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти виробництва	
				Закупка автобусів	Оренда автобусів
1	Маржинальний прибуток	грн.	mp	57 500	37 500
2	Повний маржинальний прибуток	грн.	Мр	165 600 000	108 000 000
3	Чистий прибуток	грн.	P	156 100 000	105 300 000
4	Точка беззбитковості	шт.	V_б	165,22	72,00
5	Повні змінні витрати	грн.	Q	86 400 000	144 000 000
6	Сукупні витрати	грн.	QS	95 900 000	146 700 000
7	Виручка (товарооборот)	грн.	C	252 000 000	252 000 000
8	Комерційна рентабельність	%	Rk	6 194,00%	4 179,00%
9	Середньоденний попит	шт.	pd	4	4
10	Термін окупності	день	td	40,16	17,50
11	Термін окупності	місяць	tm	1,38	0,60
Висновок:					
Порівнявши два варіанти, доцільно обрати власну закупівлю автобусів. Незважаючи на значно вищі постійні витрати (9 500 000 грн проти 2 700 000 грн) та більший термін окупності (1,38 міс. проти 0,60 міс.), цей варіант забезпечує вищий чистий прибуток (156 100 000 грн проти 105 300 000 грн) та вищу комерційну рентабельність (61,94% проти 41,79%). У довгостроковій перспективі власний автопарк є значно ефективнішим та прибутковішим.					

Рис. 1.17. CP 1_6 — Задача 4 (Автобуси): аналіз точки беззбитковості

1.7. Виконання ABC-аналізу (CP 1_7)

Завдання виконано: проведено ABC-аналіз товарного асортименту за даними III кварталу (загальний товарооборот — 11 204 243 грн). Група А: 3 категорії — 46,75%

обороту (Холодильники, Кондиціонери, Водонагрівачі). Група В: 5 категорій — 31,42%. Група С: 28 категорій — 21,83%. Побудовано діаграму Парето.

Список товарів

АВС-аналіз

Діаграма

Список товарів				
Товарна категорія	Реалізація, червень, грн.	Реалізація, липень, грн.	Реалізація, серпень, грн.	Загальний товарооборот за третій квартал, грн.
Ваги підлогові кухонні	7 030,00	6 893,00	6 900,00	20 823
Водонагрівачі	554 600,00	487 875,00	458 920,00	1 501 395
Газові плити	61 307,00	61 914,00	63 128,00	186 349
Електричні плити	258 065,00	268 286,00	263 175,00	789 526
Електробритви	44 829,00	44 390,00	45 269,00	134 488
Електрочайники	53 777,00	53 525,00	53 424,00	160 726
Епілятори	4 851,00	4 758,00	4 805,00	14 414
Зубні щітки	22 191,00	31 329,00	24 149,00	77 669
Морозильні камери	15 430,00	23 775,00	12 120,00	51 325
Кавоварки	24 844,00	24 602,00	24 795,00	74 241
Кавомашини	30 922,00	34 524,00	32 122,00	97 568
Кавомолки електричні	7 620,00	7 575,00	7 771,00	22 966
Кондиціонери	580 900,00	593 900,00	600 466,00	1 775 266
Кухонні комбайни	31 240,00	31 543,00	31 240,00	94 023
Машинка для стрижки волосся	21 643,00	17 917,00	18 095,00	57 655
Мікрохвильові печі	123 624,00	124 848,00	129 744,00	378 216
Міксери / блендери	30 753,00	30 722,00	31 024,00	92 499
Мультиварки	17 170,00	18 700,00	21 760,00	57 630
М'ясорубки	52 618,00	53 128,00	52 618,00	158 364
Обігрівачі	11 000,00	12 000,00	15 000,00	38 000
Пароварки	14 856,00	11 282,00	17 314,00	43 452
Пекарі	1 717,00	1 870,00	2 176,00	5 763
Пилососи класичні	277 440,00	274 720,00	285 600,00	837 760
Посуд	14 281,00	14 706,00	14 847,00	43 834
Посудомийні машини	114 416,00	112 258,00	111 178,00	337 852
Пральні машини	122 836,00	121 900,00	121 666,00	366 402
Праски	75 600,00	74 160,00	74 520,00	224 280
Роботи-пилососи	368 440,00	394 720,00	385 640,00	1 148 800
Соковижималки	21 955,00	22 040,00	21 976,00	65 971
Термоси	25 905,00	27 162,00	25 402,00	78 469
Тостери / ростери	24 644,00	24 888,00	25 132,00	74 664
Фени та прилади для укладання волосся	30 906,00	30 936,00	30 815,00	92 657
Фільтри для води	16 128,00	15 120,00	14 976,00	46 224
Фритюрниці	11 787,00	16 805,00	12 020,00	40 612
Холодильники	654 379,00	647 875,00	658 878,00	1 961 132
Швейні машини	9 192,00	25 844,00	18 192,00	53 228
Разом				11 204 243

Рис. 1.18. СР 1_7 — Список товарів з обсягами реалізації за III квартал

ABC-аналіз товарного асортименту								
Товарна категорія	Реалізація, червень, грн.	Реалізація, липень, грн.	Реалізація, серпень, грн.	Загальний товарооборот за третій квартал, грн.	Частка в обороті, %	Частка в обороті з накопичувальним підсумком, %	Група	Підгрупа
Холодильники	654 379,00	647 875,00	658 878,00	1 961 132	17,50%	17,50%	A	
Кондиціонери	580 900,00	593 900,00	600 466,00	1 775 266	15,84%	33,35%	A	
Водонагрівачі	554 600,00	487 875,00	458 920,00	1 501 395	13,40%	46,75%	A	
Роботи-пилососи	368 440,00	394 720,00	385 640,00	1 148 800	10,25%	57,00%	B	
Пилососи класичні	277 440,00	274 720,00	285 600,00	837 760	7,48%	64,48%	B	
Електричні плити	258 065,00	268 286,00	263 175,00	789 526	7,05%	71,53%	B	
Мікрохвильові печі	123 624,00	124 848,00	129 744,00	378 216	3,38%	74,90%	B	
Пральні машини	122 836,00	121 900,00	121 666,00	366 402	3,27%	78,17%	B	
Посудомийні машини	114 416,00	112 258,00	111 178,00	337 852	3,02%	81,19%	C	C
Праски	75 600,00	74 160,00	74 520,00	224 280	2,00%	83,19%	C	C
Газові плити	61 307,00	61 914,00	63 128,00	186 349	1,66%	84,85%	C	C
Електрочайники	53 777,00	53 525,00	53 424,00	160 726	1,43%	86,29%	C	C
М'ясорубки	52 618,00	53 128,00	52 618,00	158 364	1,41%	87,70%	C	C
Електробритви	44 829,00	44 390,00	45 269,00	134 488	1,20%	88,90%	C	C
Кавомашини	30 922,00	34 524,00	32 122,00	97 568	0,87%	89,77%	C	C1
Кухонні комбайни	31 240,00	31 543,00	31 240,00	94 023	0,84%	90,61%	C	C1
Фени та прилади для укладання волосся	30 906,00	30 936,00	30 815,00	92 657	0,83%	91,44%	C	C1
Міксери / блендери	30 753,00	30 722,00	31 024,00	92 499	0,83%	92,26%	C	C1
Термоси	25 905,00	27 162,00	25 402,00	78 469	0,70%	92,96%	C	C1
Зубні щітки	22 191,00	31 329,00	24 149,00	77 669	0,69%	93,66%	C	C1
Тостери / ростери	24 644,00	24 888,00	25 132,00	74 664	0,67%	94,32%	C	C1
Кавоварки	24 844,00	24 602,00	24 795,00	74 241	0,66%	94,98%	C	C1
Соковижималки	21 955,00	22 040,00	21 976,00	65 971	0,59%	95,57%	C	C1
Машинка для стрижки волосся	21 643,00	17 917,00	18 095,00	57 655	0,51%	96,09%	C	C1
Мультиварки	17 170,00	18 700,00	21 760,00	57 630	0,51%	96,60%	C	C1
Швейні машини	9 192,00	25 844,00	18 192,00	53 228	0,48%	97,08%	C	C1
Морозильні камери	15 430,00	23 775,00	12 120,00	51 325	0,46%	97,54%	C	C1
Фільтри для води	16 128,00	15 120,00	14 976,00	46 224	0,41%	97,95%	C	C1
Посуд	14 281,00	14 706,00	14 847,00	43 834	0,39%	98,34%	C	C1
Пароварки	14 856,00	11 282,00	17 314,00	43 452	0,39%	98,73%	C	C1
Фритюрниці	11 787,00	16 805,00	12 020,00	40 612	0,36%	99,09%	C	C1
Обігрівачі	11 000,00	12 000,00	15 000,00	38 000	0,34%	99,43%	C	C1
Кавомолки електричні	7 620,00	7 575,00	7 771,00	22 966	0,20%	99,63%	C	C2
Ваги підлогові кухонні	7 030,00	6 893,00	6 900,00	20 823	0,19%	99,82%	C	C2
Епілятори	4 851,00	4 758,00	4 805,00	14 414	0,13%	99,95%	C	C2
Пекарі	1 717,00	1 870,00	2 176,00	5 763	0,05%	100,00%	C	C2
Разом				11 204 243	100%			

Рис. 1.19. CP 1_7 — ABC-аналіз товарного асортименту (групи A, B, C)

Висновок:								
За результатами ABC-аналізу товарного асортименту за III квартал (загальний товарооборот 11 204 243 грн) виявлено три групи. Група A (3 категорії: Холодильники, Кондиціонери, Водонагрівачі) формує ~46,75% обороту — це пріоритетні товари, що потребують постійної наявності в запасі та активної маркетингової підтримки. Група B (5 категорій: Роботи-пилососи, Пилососи класичні, Електричні плити, Мікрохвильові печі, Пральні машини) забезпечує ~31,42% обороту — вимагають контрольованих запасів та регулярного аналізу. Група C (28 категорій) дає лише ~21,83% обороту при найбільшій кількості позицій — доцільно переглянути асортимент, скоротити малорухомі товари підгруп C1 та C2.								

Рис. 1.20. CP 1_7 — Висновок за результатами ABC-аналізу

Список товарів	ABC-аналіз	Діаграма
Позиції асортименту	Загальний товарооборот	Частка в обороті з накопичувальним підсумком, %
Холодильники	1961132	0,175
Кондиціонери	1775266	0,3335
Водонагрівачі	1501395	0,4675
Роботи-пилососи	1148800	0,57
Пилососи класичні	837760	0,6448
Електричні плити	789526	0,7153
Мікрохвильові печі	378216	0,749
Пральні машини	366402	0,7817
Посудомийні машини	337852	0,8119
Праски	224280	0,8319
Газові плити	186349	0,8485
Електрочайники	160726	0,8629
М'ясорубки	158364	0,877
Електробритви	134488	0,889
Кавомашини	97568	0,8977
Кухонні комбайни	94023	0,9061
Фени та прилади для укладання волосся	92657	0,9144
Міксери / блендери	92499	0,9226
Термоси	78469	0,9296
Зубні щітки	77669	0,9366
Тостери / ростери	74664	0,9432
Кавоварки	74241	0,9498
Соковижималки	65971	0,9557
Машинка для стрижки волосся	57655	0,9609
Мультиварки	57630	0,966
Швейні машини	53228	0,9708
Морозильні камери	51325	0,9754
Фільтри для води	46224	0,9795
Посуд	43834	0,9834
Пароварки	43452	0,9873
Фритюрниці	40612	0,9909
Обігрівачі	38000	0,9943
Кавомолки електричні	22966	0,9963
Ваги підлогові кухонні	20823	0,9982
Епілятори	14414	0,9995
Пекарі	5763	1

Рис. 1.21. CP 1_7 — Дані для діаграми Парето

1.8. Презентація для захисту звіту з навчальної практики

Завдання виконано: створено презентацію в Microsoft PowerPoint для захисту звіту з навчальної практики. Презентація містить 9 слайдів: титульний, мету практики, опис усіх виконаних завдань (OneDrive, Outlook, Calendar, To Do, Teams, Forms, Excel-аналізи) та підсумки.

Презентація для захисту звіту з навчальної практики

Навчальна практика 2 (МР-25) • Весна 2026

Нікуліна Єлизавета Сергіївна

Студентка групи МР-25

Рис. 1.22. Презентація захисту — Слайд 1: Титульний

Мета навчальної практики

Цифрові навички

- Ознайомлення з можливостями сервісів Microsoft 365
- Організація інформаційного середовища у Microsoft OneDrive
- Використання хмарних технологій для зберігання та управління даними

Аналітика та організація

- Планування та організація навчальної діяльності
- Набуття навичок командної роботи та комунікації онлайн
- Проведення економічного аналізу даних у Microsoft Excel

Навчальна практика 2 • МР-25 • 2026

Рис. 1.23. Слайд 2: Мета навчальної практики

Створення інформаційного середовища в Microsoft OneDrive

Виконані завдання

- Відкрито розділ «Мій обліковий запис»
- Створено папку «Навчальна практика»
- Створено підпапки відповідно до видів діяльності практики
- Організовано зберігання та впорядкування файлів

✓ Результат:

Набуто навички організації хмарного файлового середовища та управління даними.

Навчальна практика 2 • МР-25 • 2026

Рис. 1.24. Слайд 3: OneDrive

Використання Microsoft Outlook

Робота з електронною поштою

- Створено електронний лист викладачеві з темою та вкладенням
- Створено електронний лист другу/подрузі
- Опрацьовано функції: відповідь, пересилання, підпис

✓ Результат:

Набуто навички ділового електронного листування та роботи з корпоративною поштою.

Навчальна практика 2 • МР-25 • 2026

Рис. 1.25. Слайд 4: Outlook

Microsoft Calendar та To Do — Планування діяльності

Планування діяльності

- Створено особистий календар «Навчальна практика»
- Заплановано основні завдання практики з датами виконання
- Створено список завдань у Microsoft To Do
- Використано функцію щоденного планування та нагадувань

✓ Результат:

Підвищено ефективність організації робочого часу та навчальної діяльності.

Навчальна практика 2 • МР-25 • 2026

Рис. 1.26. Слайд 5: Calendar та To Do

Організація спільної роботи в Microsoft Teams

Виконані дії

- Створено команду та налаштовано канали
- Заповнено вкладку «Відомості» про команду
- Заплановано та проведено нараду (онлайн-зустріч)
- Переглянуто календар із запланованою зустріччю

✓ Результат:

Отримано навички організації командної роботи та комунікації онлайн.

Навчальна практика 2 • МР-25 • 2026

Рис. 1.27. Слайд 6: Teams

Організація опитувань у Microsoft Forms

Робота із шаблоном

- Створено форму «Ресстрація подій» на основі шаблону
- Переглянуто відповіді учасників
- Відкрито результати у Microsoft Excel

Власна форма

- Створено власне опитування
- Зібрано відповіді
- Проведено аналіз результатів
- Експортовано дані до Excel

✓ *Результат: Отримано практичні навички створення, налаштування та аналізу форм опитувань.*

Навчальна практика 2 • МР-25 • 2026

Рис. 1.28. Слайд 7: Forms

Економічний аналіз даних у Microsoft Excel

Сезонні коливання (CP 1.5)

- Розраховано індекси сезонності за даними кафе
- Побудовано графік тренду та сезонних відхилень

Точка беззбитковості (CP 1.6)

- Проведено аналіз витрат та доходів підприємства
- Побудовано графік точки беззбитковості

ABC-аналіз (CP 1.7)

- Класифіковано товарний асортимент за категоріями А, В, С
- Визначено пріоритетні групи товарів для управлінських рішень

Висновок: Набуто навички аналізу та інтерпретації економічних показників.

Навчальна практика 2 • МР-25 • 2026

Рис. 1.29. Слайд 8: Excel-аналізи

Підсумки практики

- Опановано сервіси Microsoft 365: OneDrive, Outlook, Calendar, To Do, Teams, Forms
- Набуто навички організації інформаційного середовища та хмарного зберігання даних
- Розвинуто вміння командної роботи та ділової комунікації онлайн
- Виконано економічний аналіз: сезонні коливання, точка беззбитковості, ABC-аналіз
- Набуті знання та вміння можуть бути використані у подальшому навчанні та роботі

Дякую за увагу!

Нікуліна Єлизавета Сергіївна • МР-25 • 2026

Рис. 1.30. Слайд 9: Підсумки практики

Тема 2. Комп'ютерне проєктування

2.1. Проєктування спрощеної 3D-модель «Офісне приміщення»

Завдання виконано: у хмарному сервісі Homestyler створено спрощену 3D-модель офісного приміщення. Модель включає стіни, вікна, двері, робочі столи, офісні крісла, стелажі, комп'ютерну техніку та декоративні елементи.

Посилання на проєкт: <https://www.homestyler.com/openShared?assetId=27ff3f72-f7ab-4feb-8388-aba2bc3962b8>



Рис. 2.1. 3D-модель офісного приміщення — загальний вид



Рис. 2.2. 3D-модель — робоча зона з рожевим кріслом та столом



Рис. 2.3. 3D-модель — зона з чорним столом та комп'ютером



Рис. 2.4. 3D-модель — зона відпочинку та стелаж

2. Індивідуальне завдання

Індивідуальне завдання № 1. Презентація проєкту нового товару «MoodSpace»

Завдання виконано: розроблено маркетингову презентацію концепції мобільного застосунку «MoodSpace» — розумного трекера настрою для ментального здоров'я студентів. Визначено проблему (83% студентів відчувають хронічний стрес), цільову аудиторію (17–25 років), унікальні переваги та очікувані результати впровадження.

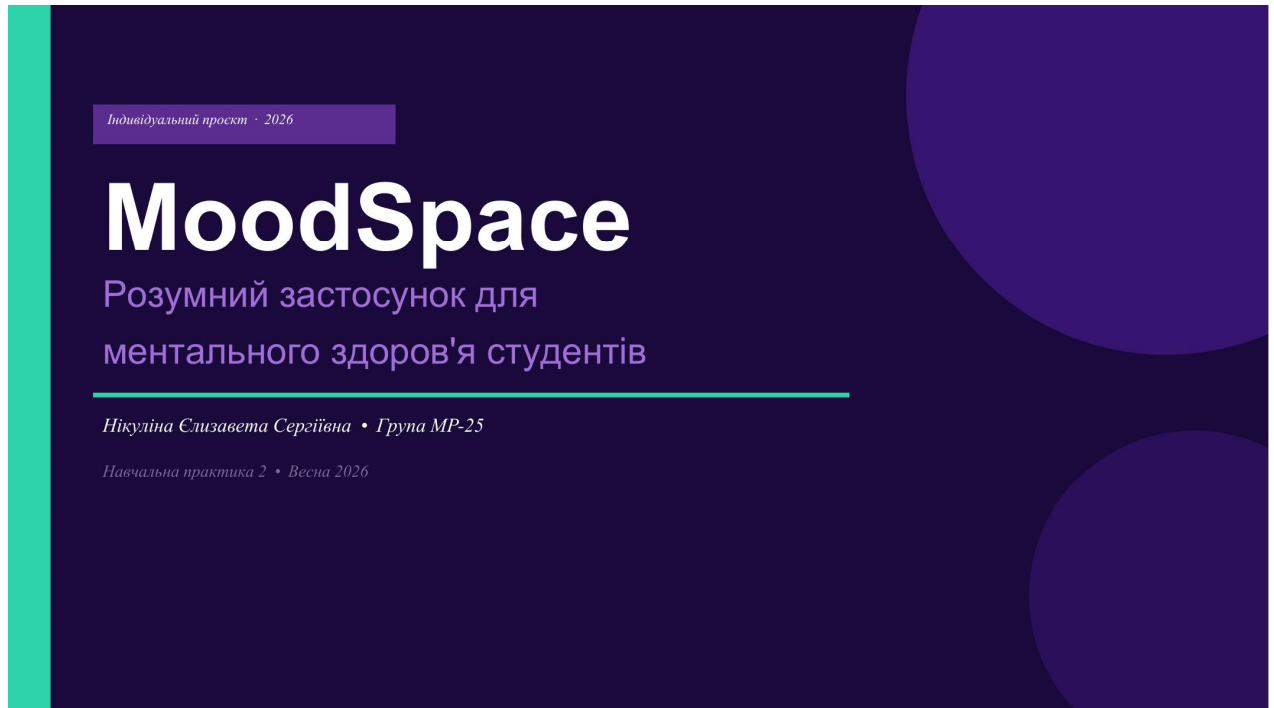


Рис. 3.1. Інд. завдання 1 — Слайд 1: Титульний «MoodSpace»

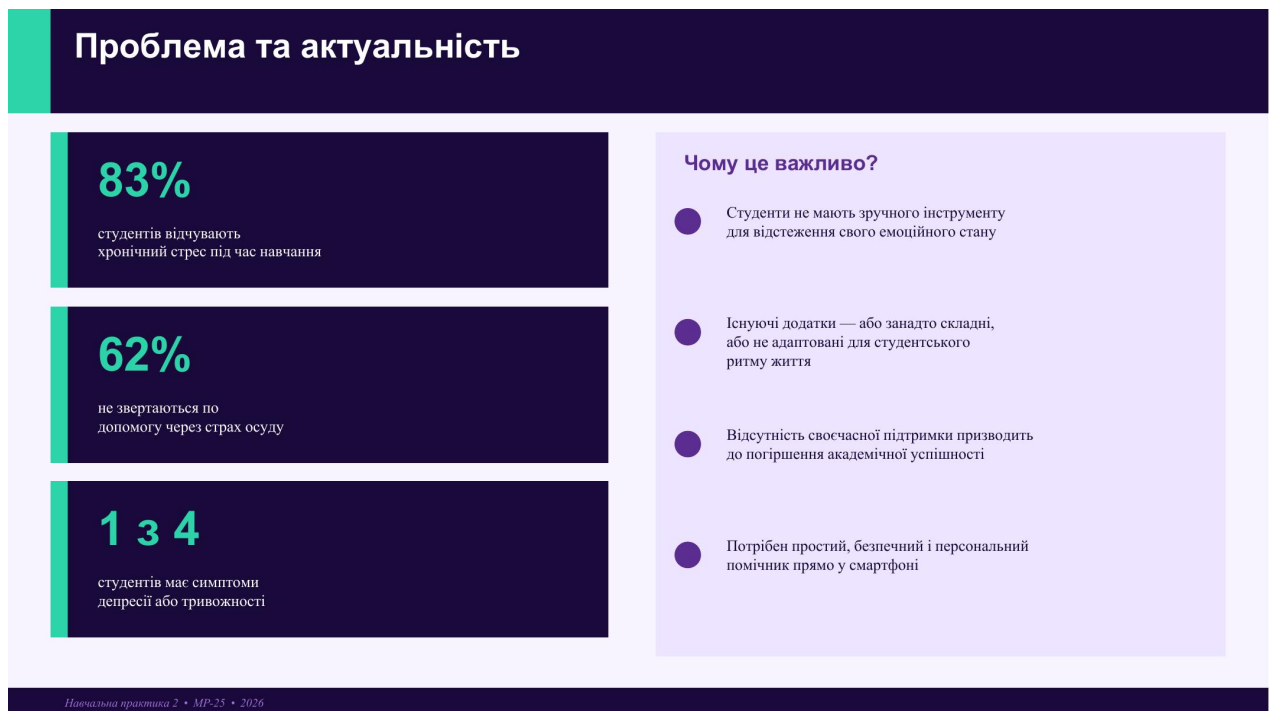


Рис. 3.2. Слайд 2: Проблема та актуальність

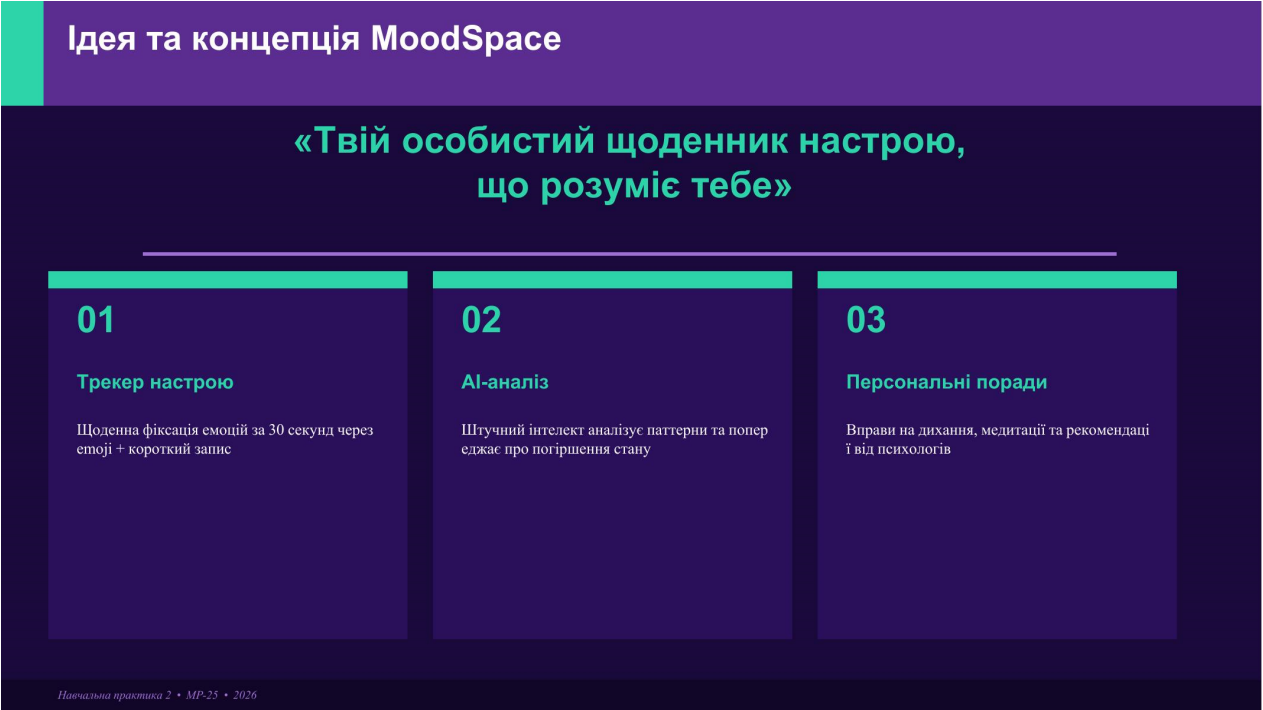


Рис. 3.3. Слайд 3: Ідея та концепція MoodSpace

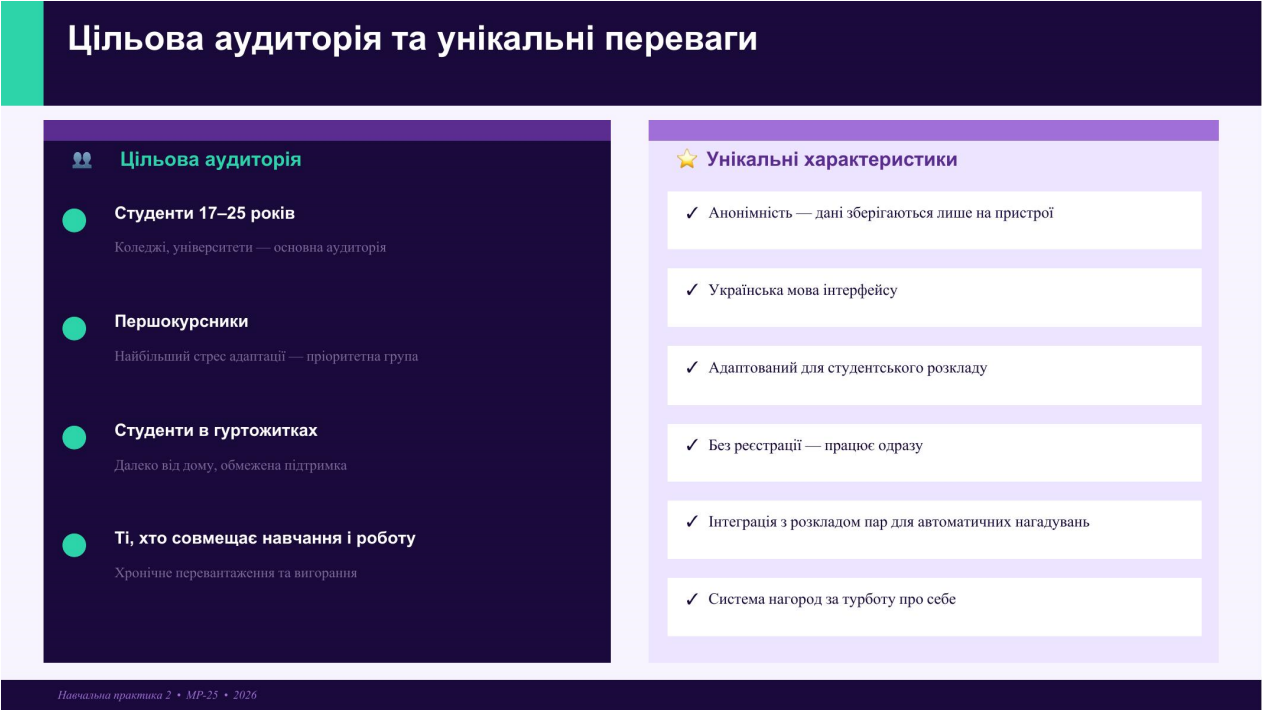


Рис. 3.4. Слайд 4: Цільова аудиторія та унікальні переваги

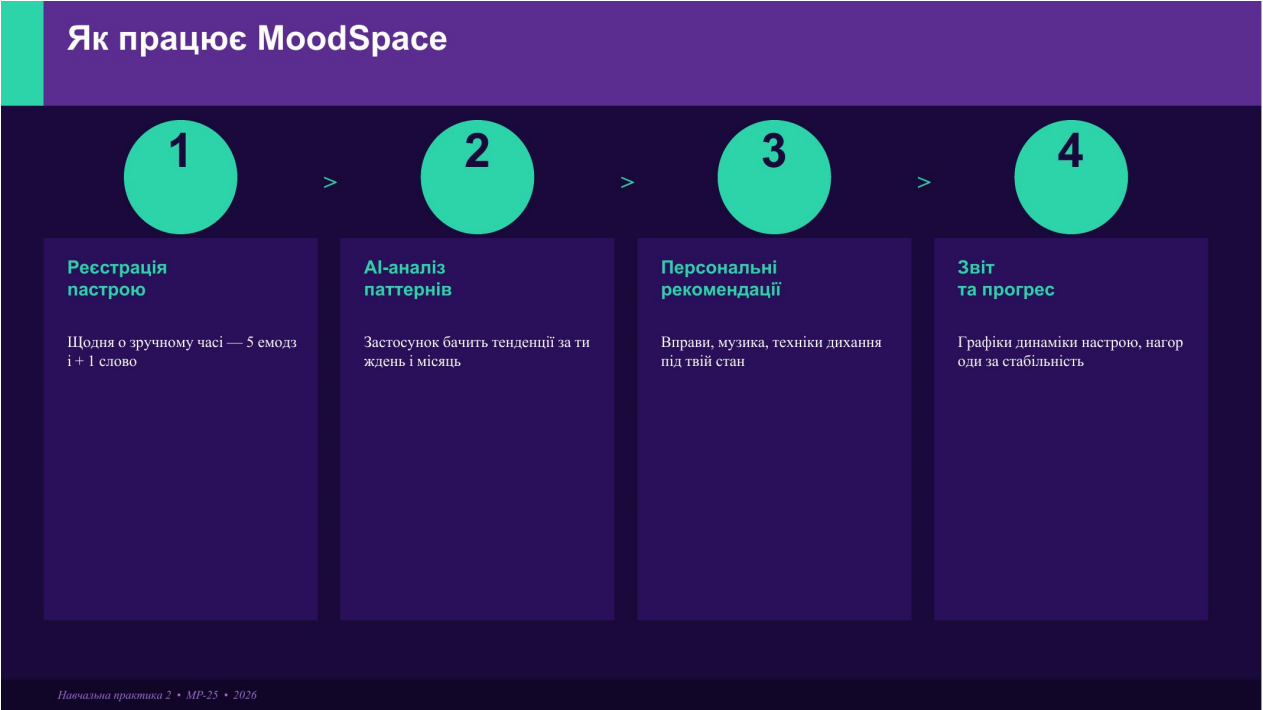


Рис. 3.5. Слайд 5: Як працює MoodSpace

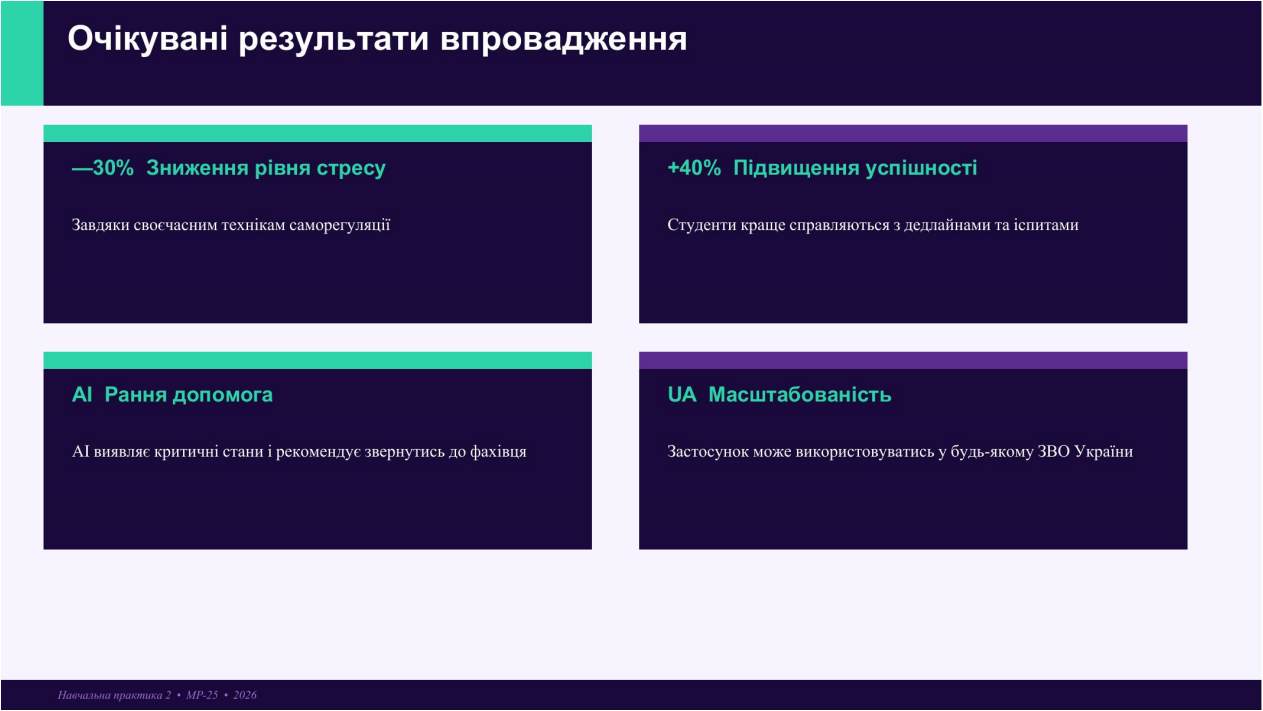


Рис. 3.6. Слайд 6: Очікувані результати впровадження

MoodSpace

«Турбуйся про себе щодня —
маленькі кроки формують велику зміну»

- Проблема: стрес і ментальне вигорання серед студентів
- Рішення: MoodSpace — розумний трекер настрою з AI
- Аудиторія: студенти 17–25 років по всій Україні
- Результат: покращення самопочуття та академічної успішності

Дякую за увагу!

Нікуліна Єлизавета Сергіївна • МР-25 • 2026

Рис. 3.7. Слайд 7: Підсумки

Індивідуальне завдання № 2. Побудова трендових моделей

Завдання виконано: проведено аналіз динаміки середніх цін на продовольчі товари в Україні у 2025 році. Для кожного з 7 товарів побудовано оптимальну трендову модель, розраховано прогноз ціни на березень 2026 р. та визначено похибку апроксимації.

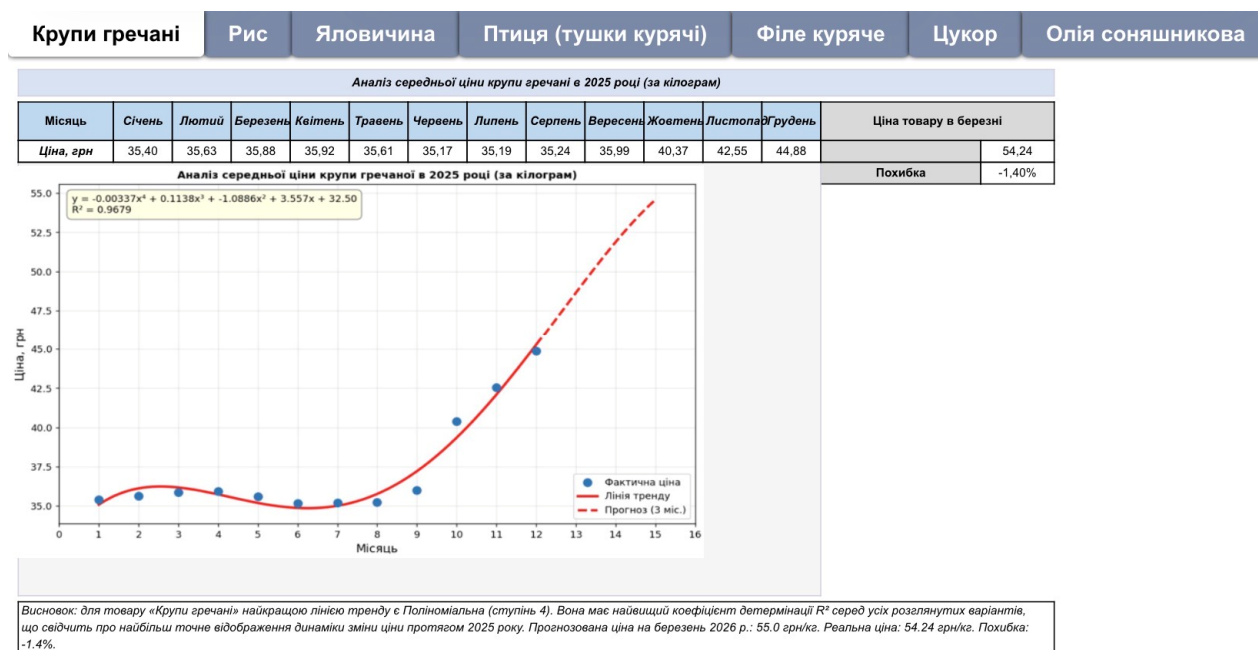


Рис. 3.8. Інд.завд.2 — Крупи гречані: трендова модель (поліноміальна 4 ст., $R^2=0,9679$), прогноз 55,0 грн/кг, похибка -1,4%

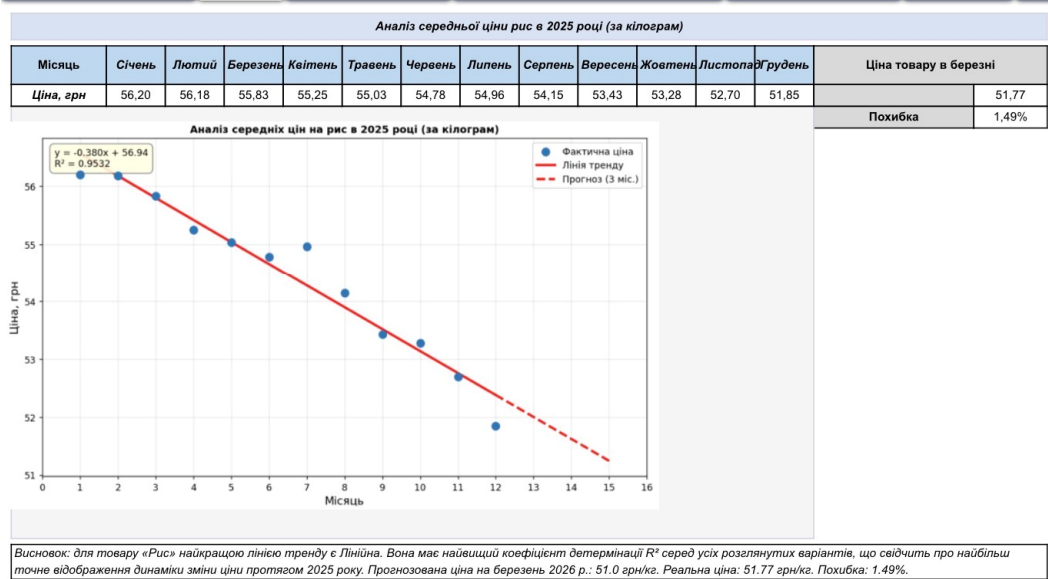


Рис. 3.9. Інд.завд.2 — Рис: трендова модель (лінійна, $R^2=0,9532$), прогноз 51,0 грн/кг, похибка 1,49%

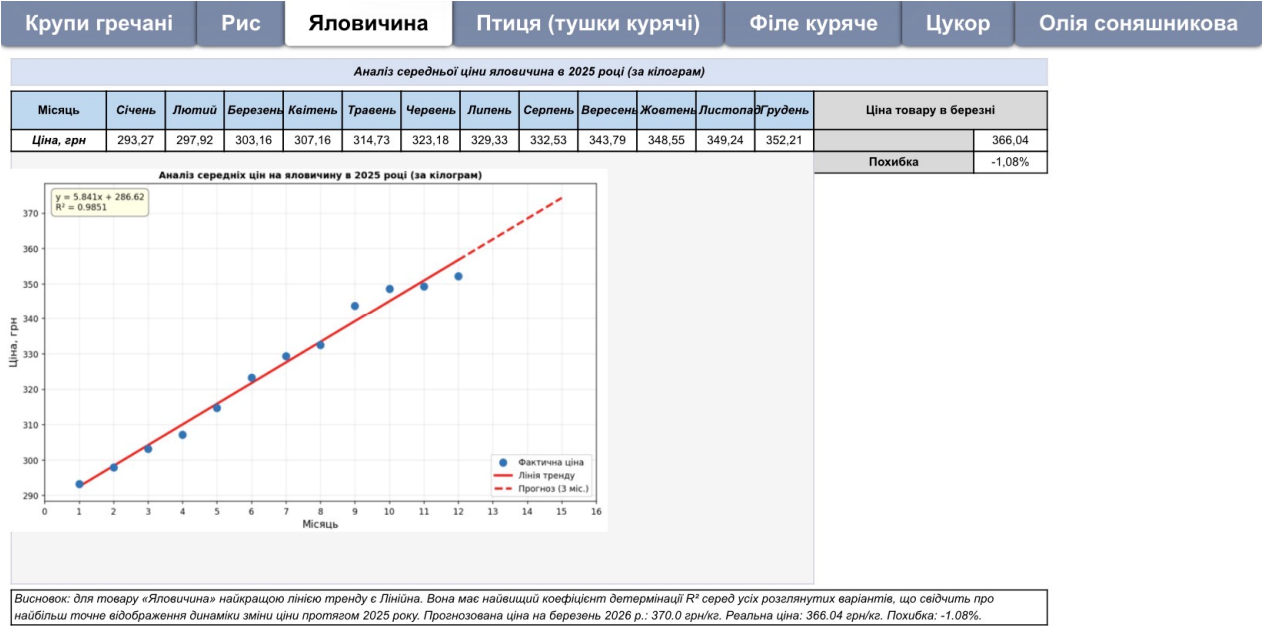


Рис. 3.10. Інд.завд.2 — Яловичина: трендова модель (лінійна, $R^2=0,9851$), прогноз 370,0 грн/кг, похибка -1,08%

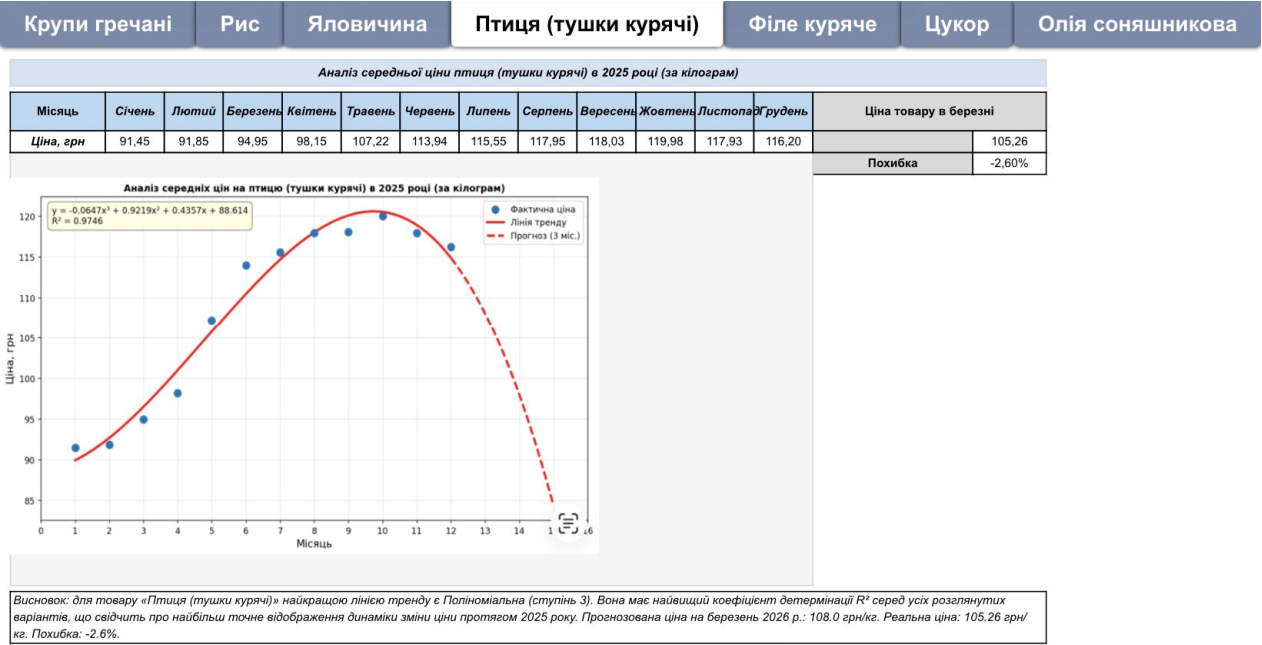


Рис. 3.11. Інд.завд.2 — Птиця (тушки курячі): трендова модель (поліноміальна 3 ст., $R^2=0,9746$), прогноз 108,0 грн/кг, похибка -2,6%

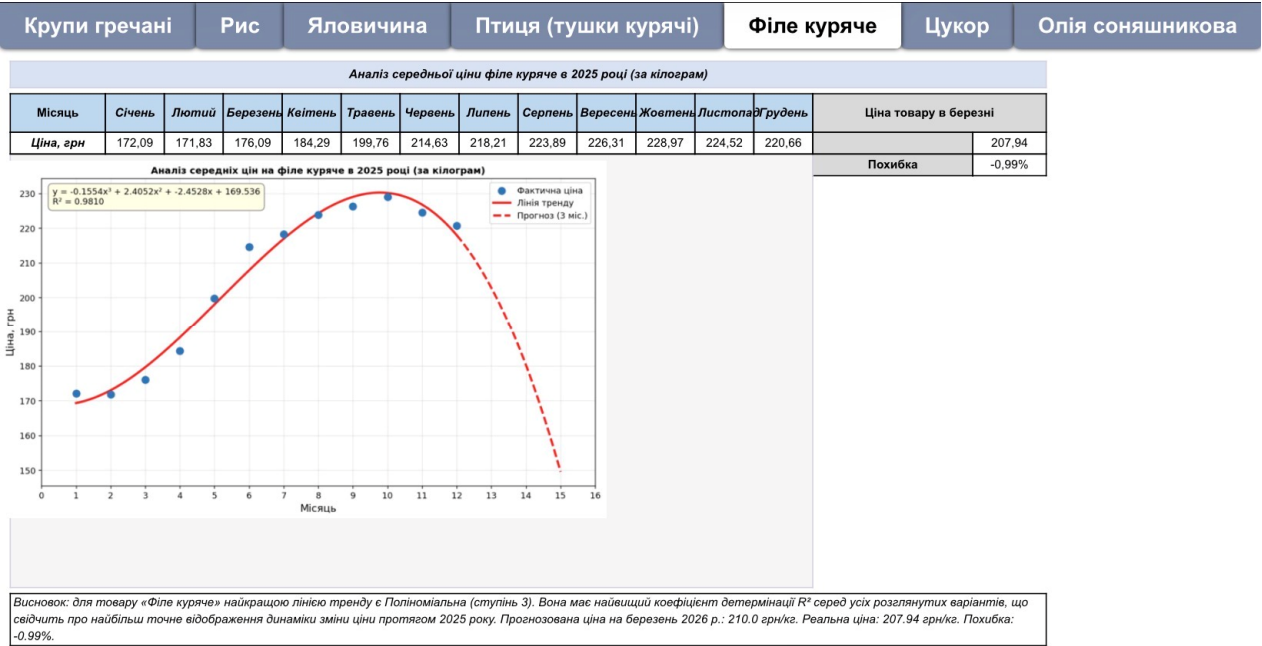


Рис. 3.12. Інд.завд.2 — Філе куряче: трендова модель (поліноміальна 3 ст., $R^2=0,9810$), прогноз 210,0 грн/кг, похибка -0,99%

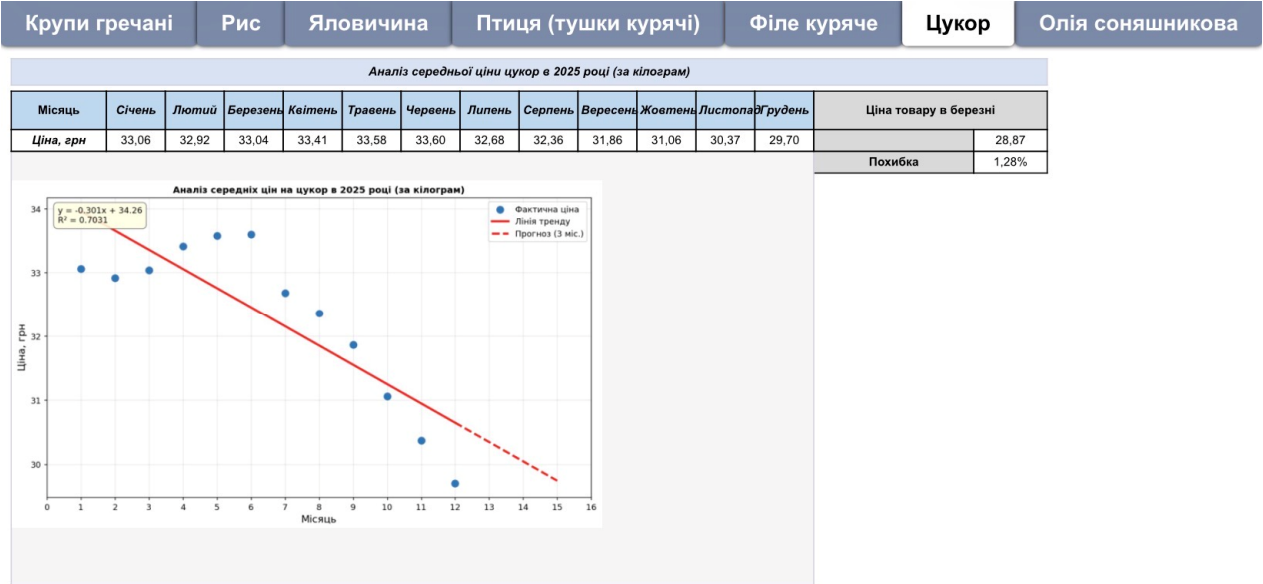


Рис. 3.13. Інд.завд.2 — Цукор: трендова модель (лінійна, $R^2=0,7031$), прогноз 28,5 грн/кг, похибка 1,28%

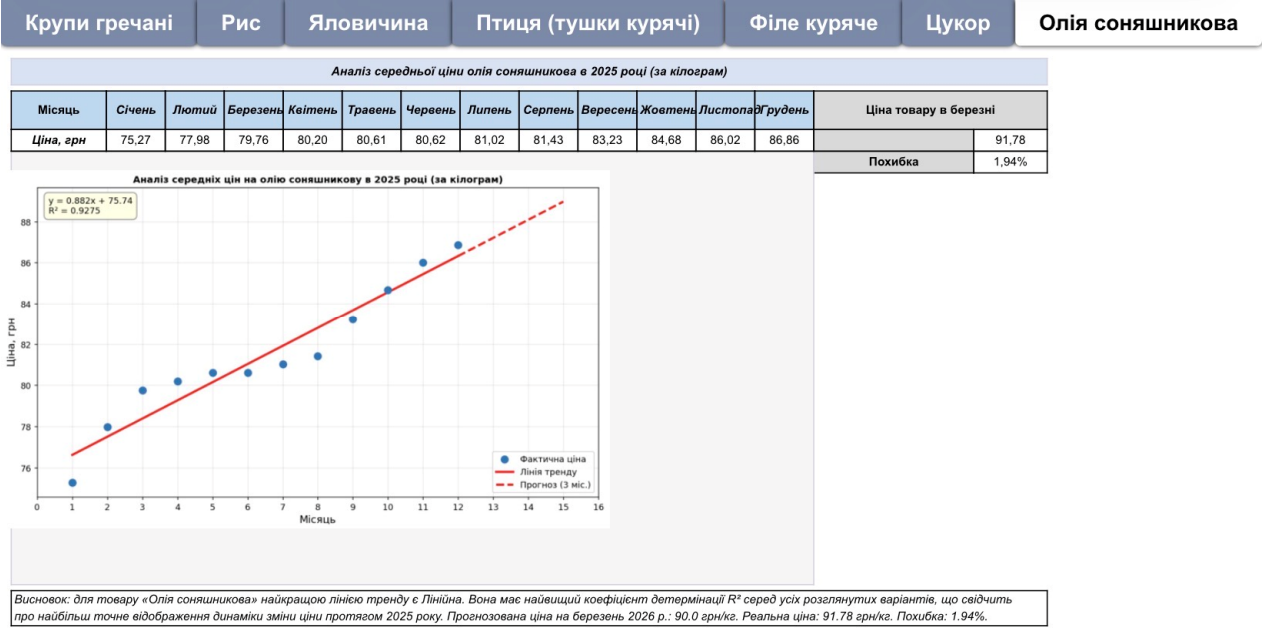


Рис. 3.14. Інд.завд.2 — Олія соняшникова: трендова модель (лінійна, $R^2=0,9275$), прогноз 90,0 грн/кг, похибка 1,94%

3. Використані джерела інформації

Основні джерела інформації

1. Інформаційні системи і технології. Частина 2 : навчальний посібник / А. О. Азарова, Н. П. Юрчук, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян. Вінниця : ВНТУ, 2024. 160 с.
2. Інформаційні та комунікаційні технології в економіці : навчальний посібник / О. Г. Глазунова та ін. Київ : Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2024. 421 с.
3. Табличний процесор MS EXCEL : практикум / А. А. Гаврилова, Н. О. Бринза, О. Г. Король. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 243 с.
4. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навч. посіб. 4-те вид., перероб. і допов. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. 360 с.
5. Біленко О. В., Пелагейченко М. Л. Технології (рівень стандарту) : підручник для 10 (11) класу. Тернопіль : Астон, 2018. 272 с.
6. САПР ТП : конспект лекцій / К. С. Барандич, С. П. Вислоух, М. В. Філіппова. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 200 с.

Додаткові джерела інформації

7. Основи інформаційних технологій : навчальний посібник / А. М. Гуржій та ін. Київ : Літера ЛТД, 2023. 288 с.
8. Системи автоматизованого проектування : конспект лекцій / К. С. Барандич, О. О. Подолян, М. М. Гладський. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 97 с.
9. Навчання з Microsoft 365. Microsoft Support. 26.08.2025. URL : <https://support.microsoft.com/uk-ua/training>