

**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	Колузаєва Ангеліна Олександрівна
Курс, академічна група	1 курс, група МР-25

Харків, 2026

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

№ з/п	Назва робіт	Тижні проходження практики		Відмітки про виконання
		1	2	
1	Створення персонального інформаційного середовища з використанням Microsoft OneDrive. Обмін документами з колегами, надання прав доступу для спільної діяльності.	+		Виконано
2	Використання Microsoft Outlook для щоденної роботи з електронною поштою. Щоденне планування завдань за допомогою програм Microsoft To Do та Calendar.	+		Виконано
3	Управління робочими процесами та організація спільної роботи над проектами з використанням програми Microsoft Teams.	+		Виконано
4	Створення опитування за допомогою програми 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-аналіз.	+		Виконано
8	Створення презентації за допомогою Microsoft PowerPoint для захисту звіту з навчальної практики.		+	Виконано
9	Проектування спрощеної 3D-моделі «Офісне приміщення».		+	Виконано
10	Індивідуальне завдання № 1. Презентація проєкту нового товару (послуги) або нової споживчої цінності для існуючого товару		+	Виконано
11	Індивідуальне завдання № 2. Побудова трендових моделей.		+	Виконано
12	Складання та захист звіту.		+	Виконано

Керівник практики: _____



Тетяна КУНІЧЕВА

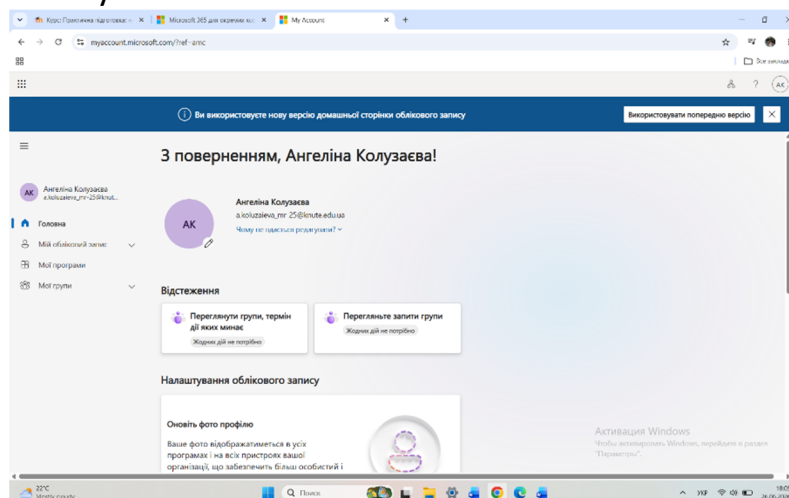
1. Перелік виконаних завдань для самостійної роботи (копії екранів, що підтверджують їх виконання)

Тема 1. Цифрові технології Microsoft 365 у фінансовій сфері

1.1. Створення інформаційного середовища з використанням Microsoft OneDrive

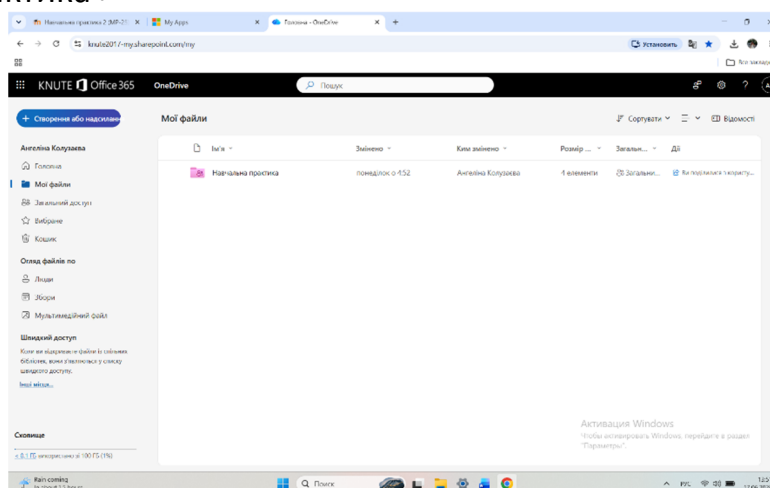
Спочатку потрібно активувати мій акаунт. Для цього я переходжу за посиланням: <https://www.microsoft.com/uk-ua/microsoft-365>. Для реєстрації використовую адресу своєї корпоративної електронної пошти та пароль, який нам надали.

Мій активований акаунт:

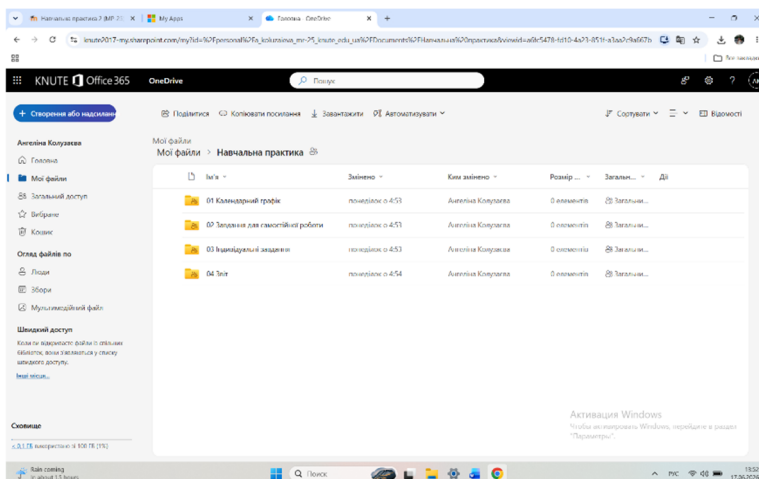


Мова інтерфейсу українська

Переходжу до One Drive, відкриваю папку «Нові файли» та створюю папку «Навчальна практика»

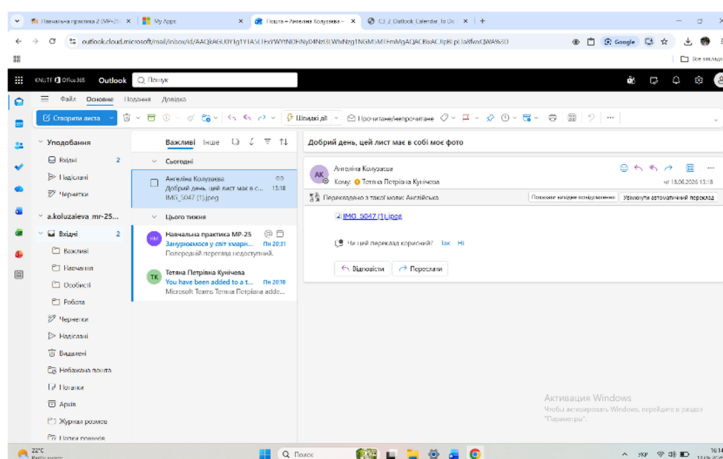


Створюю внутрішні папки

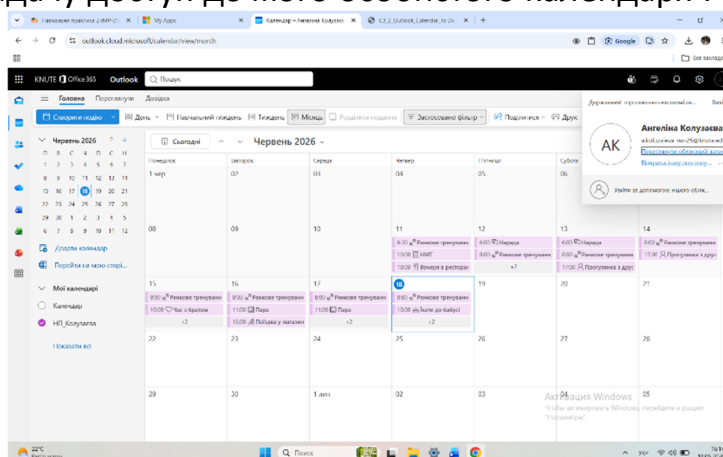


1.2. Викорстання Microsoft Outlook для щоденної роботи з електронною поштою. Щоденне планування завдань за допомогою програм Microsoft To Do та Calendar.

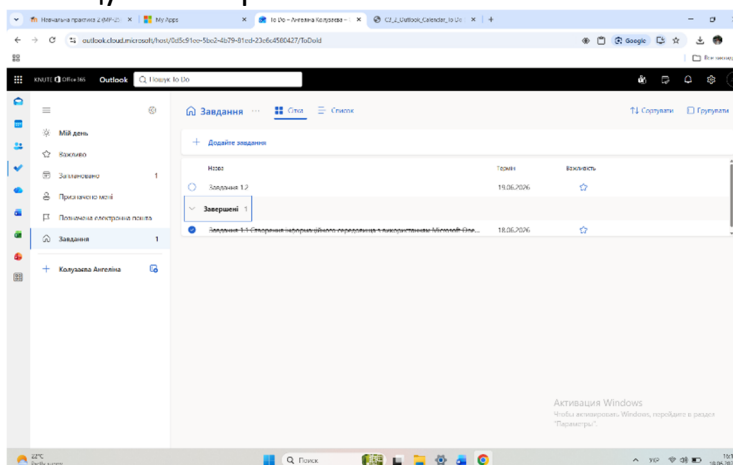
Вхожу до свого облікового запису. Переходжу до програми Microsoft Outlook. Лист надсилаю викладачу Папка Надіслані:



Далі у програмі Microsoft Calendar створюю особистий календар, зповнюю його та надаю викладачу доступ до мого особистого календаря :

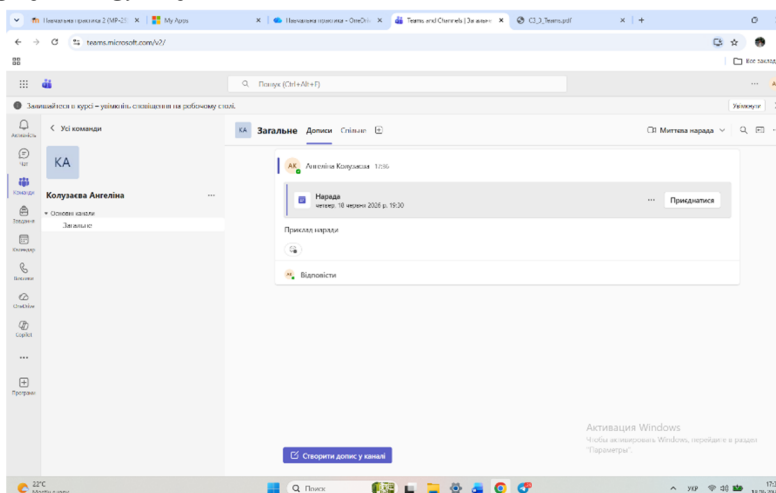


Далі переходжу до програми Microsoft To Do та створюю список завдань, які мені потрібно виконати, надаю викладачеві доступ до особистого списку завдань через електронну пошту. Та залишаю посилання на список завдань розміщую на порталі.

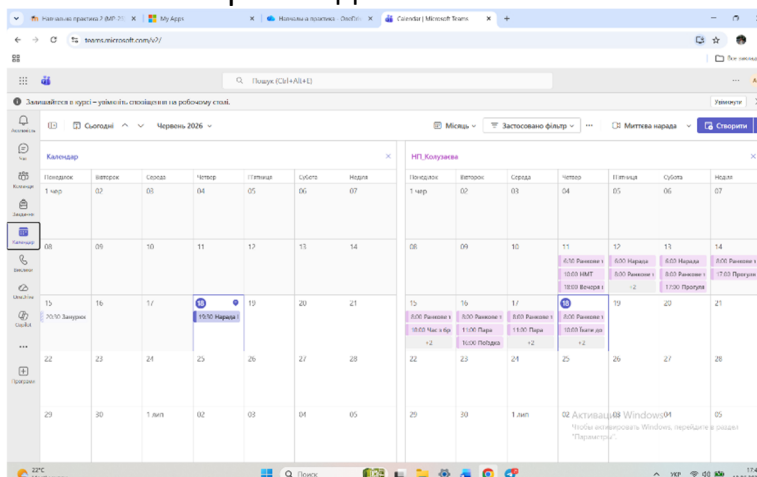


1.3. Управління робочими процесами та організація спільної роботи над проектами з використанням програми Microsoft Teams.

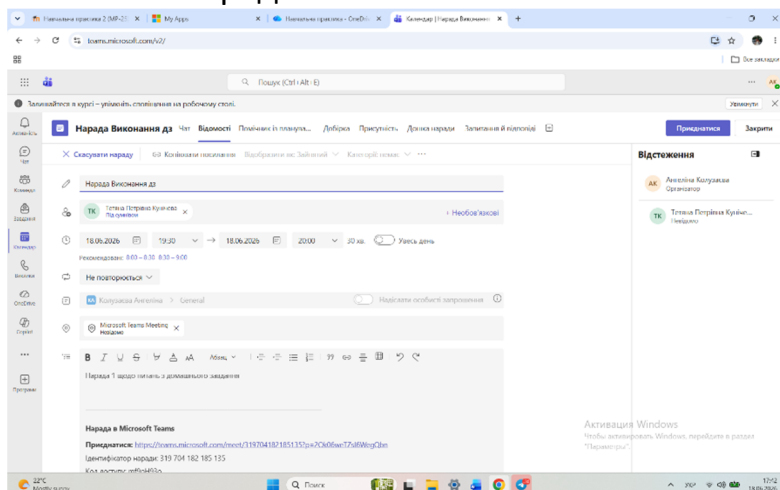
Переходжу до програми Microsoft Teams, створюю свою команду під назвою Колузаєва Ангеліна



Ця нарада з'являється в розкладі



Деталі запланованої наради

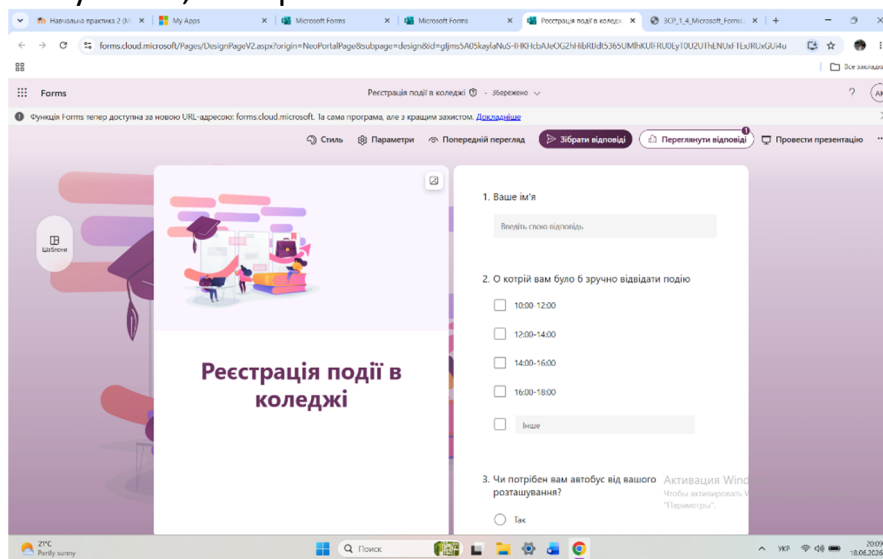


Посилання на команду та наради розміщую на порталі.

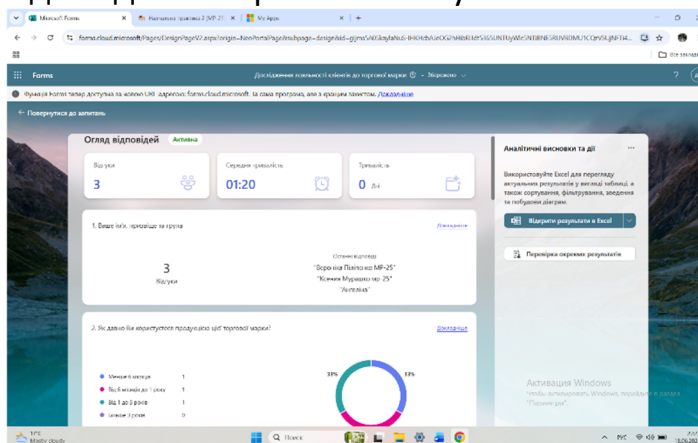
1.4. Створення опитування за допомогою програми Microsoft Forms.

Для виконання завдання вхожу до свого облікового запису. Переходжу до програми Microsoft Forms.

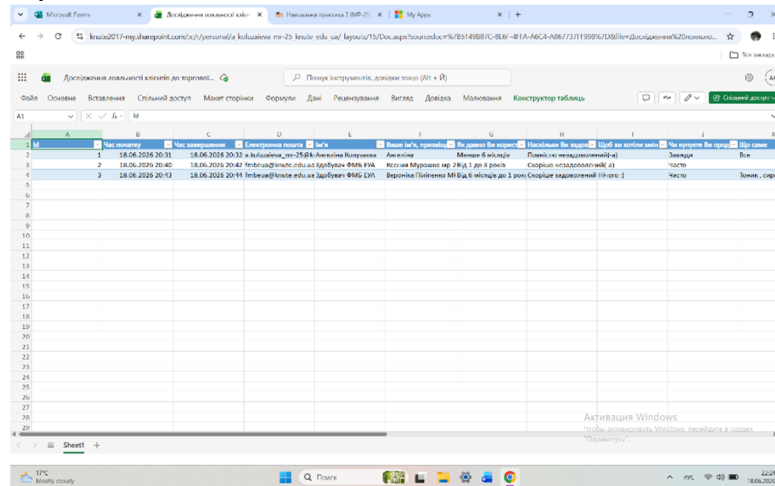
Створюю тестування, вибираю його стиль



Аналізу відповіді людей які пройшли тестування



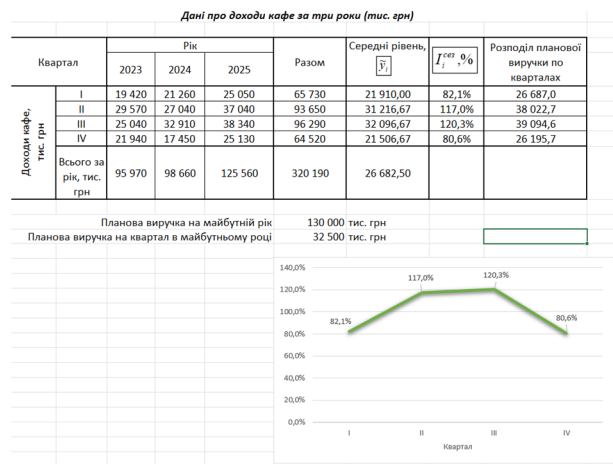
Відкриваю результати в Exel



1.5. Фінансовий аналіз параметрів кредитів. Використання функцій Microsoft Excel для розрахунку операцій по кредитах та позикам.

Спочатку я створила таблицю та виконала її форматування відповідно до інструкцій, наведених в завданні

Роблю всі розрахунки у 1 задачі згідно до формул та створюю до цих розрахунків графік



Роблю такі ж розрахунки до 2 задачі

Дані про кількість відвідувачів кафе за три роки (чол.)

Місяць	Рік			Разом	Середній рівень, $\bar{y}_i$	Індекси, $I_i^{сер}, \%$	Розподіл відвідувачів по місяцях, чол.
	2023	2024	2025				
січень	811	839	826	2 476	825,3	79,0%	855
лютий	905	887	906	2 698	899,3	86,0%	932
березень	1 007	1 010	1 111	3 128	1 042,7	99,8%	1 081
квітень	980	993	962	2 935	978,3	93,6%	1 014
травень	1 153	1 137	1 127	3 417	1 139,0	109,0%	1 181
червень	1 185	1 202	1 339	3 726	1 242,0	118,8%	1 287
липень	1 380	1 378	1 385	4 143	1 381,0	132,1%	1 431
серпень	1 179	1 212	1 207	3 598	1 199,3	114,7%	1 243
вересень	1 090	1 132	1 105	3 327	1 109,0	106,1%	1 149
жовтень	985	969	951	2 905	968,3	92,6%	1 004
листопад	890	901	905	2 696	898,7	86,0%	931
грудень	850	839	890	2 579	859,7	82,2%	891
Всього за рік, чол.	14 438	14 523	14 739	37 628	1 045,2		

Планова кількість відвідувачів на 2026 рік: 13 000 чол.
Умовна середня кількість відвідувачів за місяць: 1 083 чол.

Завдання 1.6. Аналіз і моделювання обсягу реалізованої продукції на основі точки беззбитковості

У 1 задачі розраховую відповідно до формул ціну за власне виготовлення та закупівлі, беру дані з файлу про морозиво та пишу висновок

Вихідні дані					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти технології	
				Власне виготовлення	Закупівля
1	Очікуваний попит на місяць	шт./місяць	p_m	5 850	5 350
2	Річний об'єм продажу	шт.	N_0	70 200	64 200
3	Об'єм продажу за період аналізу	шт.	N	140 400	128 400
4	Вартість порції морозива	грн	c	110,00	110,00
5	Постійні витрати	грн	Q_0	285 000,00	192 000,00
6	Змінні витрати	грн	q	44,20	57,20
7	Період аналізу	рік	T	2	2
Розрахункові показники					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти технології	
				Власне виготовлення	Закупівля
1	Маржинальний прибуток	грн	m_p	65,80	52,80
2	Повний маржинальний прибуток	грн	M_p	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_0	4 331	3 636
5	Повні змінні витрати	грн	Q	6 205 680,00	7 344 480,00
6	Сукупні витрати	грн	Q_0	6 490 680,00	7 536 480,00
7	Виручка (товарообіг)	грн	C	15 444 000,00	14 124 000,00
8	Комерційна рентабельність	%	R_k	57,97%	46,64%
9	Середньодневний попит	шт.	p_d	201	183
10	Термін окупності	день	t_n	22	20
11	Термін окупності	місяць	t_m	0,74	0,68

Висновок

Після аналізу двох варіантів забезпечення продажу морозива — власного виготовлення та закупівлі готової продукції — можна зробити висновок, що більш доцільним є варіант власного виготовлення морозива.

Переваги власного виготовлення:

- Чистий прибуток становить 8 953 320 грн, що на 2 365 800 грн більше, ніж при закупівлі готової продукції (6 587 520 грн).
- Маржинальний прибуток на одиницю продукції дорівнює 65,80 грн, тоді як при закупівлі — 52,80 грн.
- Повний маржинальний прибуток складає 9 238 320 грн, що значно перевищує показник варіанта закупівлі (6 779 520 грн).
- Виручка від реалізації продукції становить 15 444 000 грн, що більше за виручку при закупівлі (14 124 000 грн).
- Комерційна рентабельність власного виробництва дорівнює 57,97 %, тоді як для закупівлі вона становить лише 46,64 %.
- Незважаючи на дещо вищі постійні витрати та довший термін окупності (0,74 місяця проти 0,68 місяця), власне виготовлення забезпечує значно кращі фінансові результати.

Отже, рекомендується обрати варіант власного виготовлення морозива, оскільки він забезпечує вищий прибуток, більшу рентабельність та ефективніше використання ресурсів підприємства. Це дозволить отримати максимальний економічний ефект і підвищити конкурентоспроможність бізнесу.

Роблю 2, 3, 4 задачі так само про Вермішель, послугу та автобуси та пишу висновки

Вихідні дані					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіант	
				Ваговий	З розфасовкою
1	Очікуваний попит на місяць	кг/місяць	p_m	2 800	3 200
2	Річний об'єм продажу	кг	N_0	33 600	38 400
3	Об'єм продажу за період аналізу	кг	N	67 200	76 800
4	Ціна продажу (за кг)	грн	c	34	43
5	Постійні витрати	грн	Q_0	25 000,00	32 000,00
6	Змінні витрати	грн	q	9,00	11,00
7	Період аналізу	рік	T	2	2
Розрахункові показники					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіант	
				Ваговий	З розфасовкою
1	Маржинальний прибуток	грн	m_p	25,00	32,00
2	Повний маржинальний прибуток	грн	M_p	1 680 000,00	2 457 600,00
3	Чистий прибуток	грн	P	1 655 000,00	2 425 600,00
4	Точка беззбитковості	кг	V_0	1 000	1 000
5	Повні змінні витрати	грн	Q	604 800,00	844 800,00
6	Сукупні витрати	грн	Q_0	629 800,00	876 800,00
7	Виручка (товарообіг)	грн	C	2 284 800,00	3 302 400,00
8	Комерційна рентабельність	%	R_k	72,44%	73,45%
9	Середньодневний попит	кг	p_d	96	110
10	Термін окупності	день	t_n	10,42	9,11
11	Термін окупності	місяць	t_m	0,36	0,31

Вихідні дані					
Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіант послуги		
			Більярд	Боулінг	
1	Очікуваний попит на місяць	чол./год.	p_m	2 200	3 500
2	Річний об'єм продажу	шт.	N_0	26 400	42 000
3	Об'єм продажу за період аналізу	шт.	N	52 800	84 000
4	Ціна послуги (за годину)	грн.	c	300,00	350,00
5	Постійні витрати	грн.	Q_0	300 000,00	650 000,00
6	Змінні витрати	грн.	q	60,00	70,00
7	Період аналізу	рік	T	2	2
Розрахункові показники					
Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіант послуги		
			Більярд	Боулінг	
1	Маржинальний прибуток	грн.	m_p	240,00	280,00
2	Повний маржинальний прибуток	грн.	M_p	12 672 000,00	23 520 000,00
3	Чистий прибуток	грн.	P	12 372 000,00	22 870 000,00
4	Точка беззбитковості	шт.	V_0	1 250,00	2 321,43
5	Повні змінні витрати	грн.	Q	3 168 000,00	5 880 000,00
6	Сукупні витрати	грн.	Q_0	3 468 000,00	6 530 000,00
7	Виручка (товарообіг)	грн.	C	15 840 000,00	29 400 000,00
8	Комерційна рентабельність	%	R_k	78,11%	77,79%
9	Середньодневний попит	шт.	p_d	75	120
10	Термін окупності	день	t_n	17	19
11	Термін окупності	місяць	t_m	0,57	0,66

Вихідні дані					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіанти закупівлі	
				закупівля автобусів	оренда автобусів
1	Очікуваний попит на місяць	шт./місяць	p_m	120	120
2	Річний об'єм продажу	шт.	N_0	1 440	1 440
3	Об'єм продажу за період аналізу	шт.	N	2 880	2 880
4	Ціна послуги (заповнення 24 пасажирів)	грн.	c	87 500	87 500
5	Постійні витрати	грн.	Q_0	95 000,00	270 000,00
6	Змінні витрати	грн.	q	30 000,00	50 000,00
7	Період аналізу	рік	T	2	2
Розрахункові показники					
№№	Показники	Одиниця виміру	Позначення	Варіант	
				закупівля автобусів	оренда автобусів
1	Маржинальний прибуток	грн.	m_p	57 500,00	37 500,00
2	Повний маржинальний прибуток	грн.	M_p	165 600 000,00	108 000 000,00
3	Чистий прибуток	грн.	P	165 505 000,00	107 730 000,00
4	Точка беззбитковості	шт.	V_0	2	7
5	Повні змінні витрати	грн.	Q	86 400 000,00	144 000 000,00
6	Сукупні витрати	грн.	Q_0	86 495 000,00	144 270 000,00
7	Виручка (товарообіг)	грн.	C	252 000 000,00	252 000 000,00
8	Комерційна рентабельність	%	R_k	65,68%	42,75%
9	Середньодневний попит	шт.	p_d	4	4
10	Термін окупності	день	t_n	0	2
11	Термін окупності	місяць	t_m	0,01	0,06

Висновок

Порівнявши два варіанти реалізації продукції — ваговий продаж морозива та продаж морозива з розфасовкою, можна зробити висновок, що більш вигідним є варіант продажу морозива з розфасовкою.

Основні переваги цього варіанта:

- Чистий прибуток становить 2 425 600 грн, що на 770 600 грн більше, ніж при ваговому продажі (1 655 000 грн).
- Виручка (товарообіг) дорівнює 3 302 400 грн, тоді як для вагового морозива вона становить 2 284 800 грн.
- Повний маржинальний прибуток складає 2 457 600 грн, що перевищує показник вагового варіанта (1 680 000 грн).
- Комерційна рентабельність є вищою і становить 73,45 %, тоді як для вагового морозива вона дорівнює 72,44 %.
- Термін окупності короткий — 0,31 місяця проти 0,36 місяця у вагового варіанта.
- Незважаючи на вищі постійні та змінні витрати, варіант з розфасовкою забезпечує значно більший обсяг продажів і прибутку.

Отже, доцільно обрати продаж морозива з розфасовкою, оскільки цей варіант забезпечує вищий прибуток, більшу рентабельність та швидшу окупність інвестицій. Це робить його найбільш економічно ефективним і перспективним для підприємства.

Висновок

Порівнявши економічні показники двох варіантів надання послуг — більярду та боулінгу, можна зробити висновок, що більш доцільним є варіант організації боулінгу.

Основні аргументи на користь боулінгу:

- Чистий прибуток становить 22 870 000 грн, що значно перевищує прибуток від більярду (12 372 000 грн).
- Виручка (товарообіг) дорівнює 29 400 000 грн, тоді як для більярду вона становить 15 840 000 грн.
- Повний маржинальний прибуток у боулінгу складає 23 520 000 грн, що майже вдвічі більше, ніж у більярду (12 672 000 грн).
- Хоча комерційна рентабельність більярду дещо вища (78,11 % проти 77,79 %), різниця є незначною.
- Термін окупності для більярду трохи короткий (0,57 місяця проти 0,66 місяця для боулінгу), однак обидва проекти окуповуються дуже швидко.

Отже, варто обрати варіант боулінгу, оскільки він забезпечує значно більший обсяг виручки та чистого прибутку при майже однаковому рівні рентабельності. Незважаючи на дещо довший термін окупності, боулінг є більш вигідним та перспективним напрямом діяльності з точки зору отримання максимального фінансового результату.

Висновок

На основі проведених розрахунків доцільно обрати варіант закупівлі автобусів, оскільки він є більш економічно вигідним порівняно з орендою.

Основні переваги варіанта закупівлі автобусів:

- Чистий прибуток становить 165 505 000 грн, що значно перевищує прибуток при оренді автобусів (107 730 000 грн).
- Комерційна рентабельність дорівнює 65,68 %, тоді як при оренді вона становить лише 42,75 %.
- Маржинальний прибуток на одиницю послуги складає 57 500 грн, що більше, ніж при оренді (37 500 грн).
- Точка беззбитковості для закупівлі становить лише 2 одиниці, тоді як для оренди — 7 одиниць, що свідчить про менший ризик діяльності.
- Термін окупності при закупівлі є меншим (0,01 місяця) порівняно з орендою (0,06 місяця).

Отже, закупівля автобусів є найбільш ефективним варіантом, оскільки забезпечує вищий рівень прибутковості, швидшу окупність вкладених коштів, більшу рентабельність та нижчу точку беззбитковості. Це дозволяє підприємству отримати максимальний економічний ефект від реалізації проекту.

Завдання 1.7. ABC-аналіз

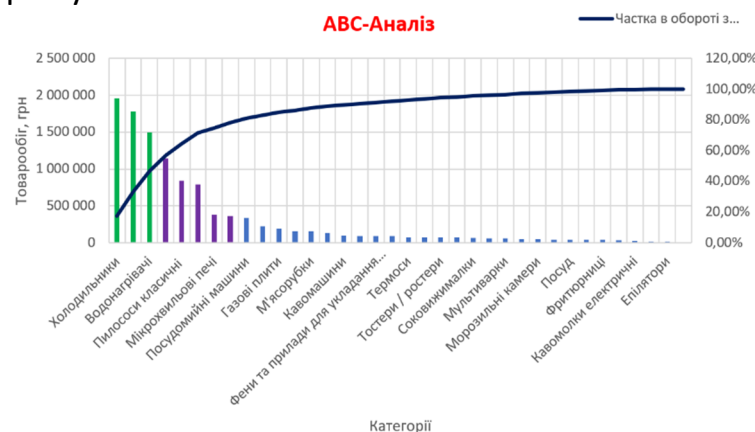
Прораховую загальний товарний обіг за третій квартал завдяки формулі у файлі та автозаповненні

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

Роблю ABC аналіз теж за формулою у завданні та автозаповненням

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

Та роблю діаграму



Завдання 1.8. Презентації для захисту звіту з навчальної практики

Зробила презентацію та прикріпила на портал

Тема 2. Комп'ютерне проектування

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

1. Для цього перейшла за посиланням <https://www.homestyler.com/>. Зареєструвалась в хмарному додатку 3D Homestyler використовуючи свій персональний акаунт Google.

2. Самостійно проаналізувала інтерфейс програми та створить спрощену 3D-модель «Офісне приміщення».

3. За допомогою команди File → Save as надала ім'я своєму проєкту та зберегла його в хмарі. Статус проєкту – Public.

Результат моєї роботи «Офісне приміщення»

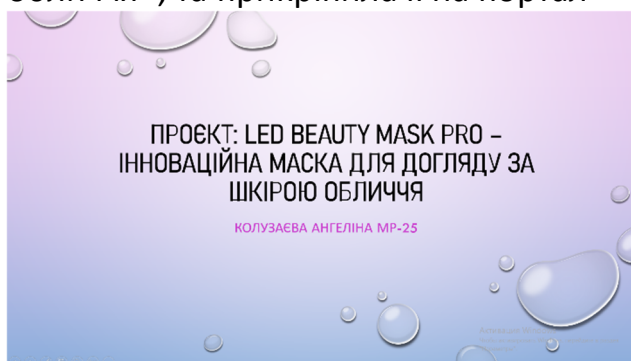




2. Індивідуальне завдання

ЗАВДАННЯ 1

Зробила презентацію на тему «LED Beauty Mask Pro – інноваційна маска для догляду за шкірою обличчя», та прикріпила її на портал



LED BEAUTY MASK PRO

БУДОВА МАСКИ

- LED ЛАМПИ**
Вибір кольорів світлової хвилі різної довжини для вирішення різних проблем шкіри
- ЗАХИСНЕ ПОКРИТТЯ**
Безпечне для шкіри, гіпоалергенне та комфортне у використанні
- ПАНЕЛЬ КЕРУВАННЯ**
Вибір кольору світла, інтенсивності та часу процедури
- РЕГУЛЬОВАНИЙ РЕМЕШЕЦЬ**
Зручна фіксація для будь-якого розміру голови
- USB-ПОРТ**
Швидка зарядка для бездротового використання

ОПИС ПРОДУКТУ

ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ:

- 7 РЕЖИМІВ СВІТЛОТЕРАПІЇ;
- БЕЗДРОТОВА РОБОТА;
- ЛЕГКА ТА ЗРУЧНА КОНСТРУКЦІЯ;
- БЕЗПЕЧНІ LED-ЛАМПИ;
- USB-ЗАРЯДКА;
- ТАЙМЕР ПРОЦЕДУР.

ПРИНЦИП РОБОТИ

КОЛЬОРИ ТА ЇХ ДІЯ:

Колір	Призначення
Червоний	Омолодження
Синій	Боротьба з акне
Зелений	Освітлення шкіри
Жовтий	Зменшення почервоніння
Фіолетовий	Відновлення клітин
Блакитний	Заспокоєння шкіри
Білий	Комплексний догляд

ЯК ПРАЦЮЄ LED ТЕРАПІЯ?

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ

ОСНОВНІ СПОЖИВАЧІ:

- ЖІНКИ 18–45 РОКІВ;
- ЧОЛОВІКИ, ЯКІ ДОГЛЯДАЮТЬ ЗА ЗОВНІШНІСТЮ;
- ЛЮДИ З ПРОБЛЕМНОЮ ШКІРОЮ;
- ПРИХИЛЬНИКИ ІННОВАЦІЙНИХ Б'ЮТІ-ТЕХНОЛОГІЙ.

СЕГМЕНТИ РИНКУ:

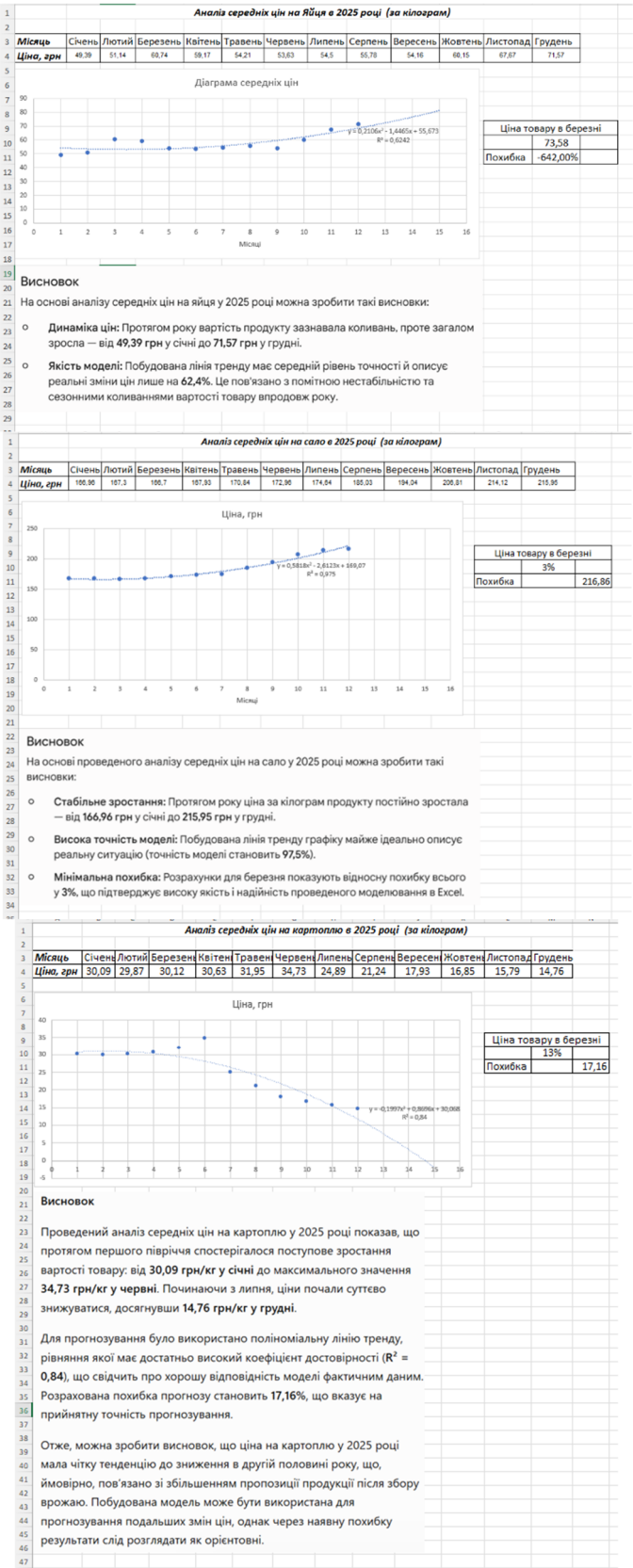
- ДОМАШНЯ КОСМЕТОЛОГІЯ;
- BEAUTY-TECH;
- WELLNESS ТА ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

Показник	LED Beauty Mask Pro	Косметолог
Вартість процедур	Низька	Висока
Доступність	Щоденно	За записом
Зручність	Вдома	У салоні
Економія часу	Висока	Низька

ЗАВДАННЯ 2

Оформила таблицю так, як написано у файлі, обрала товар, це була картопля, сало і яйця та знайшла відомості про них на сайті, ввела середню ціну кожного у таблицю та вирішила завдання за формулою яка написана у файлі та побудувала діаграми за допомогою Excel, у кінці написала висновок до кожної



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 закладів загальної середньої освіти. Тернопіль : Астон, 2018. 272 с.

6. САПР ТП : конспект лекцій. [Електронне мережне навчальне видання] : навчальний посібник / Укладачі : 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 проєктування : конспект лекцій. [Електронне мережне навчальне видання] : навчальний посібник / Укладачі: К. С. Барандич, Подолян О. О., Гладський М. М. 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>