

КАРТА ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

1) НАЗВА ДИСЦИПЛІНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ		2) Шифр за ОНП: ВК 20		
3) Карта дисципліни дійсна протягом навчального року: 2022/2023				
4) Освітній рівень: перший рівень вищої освіти (бакалавр)				
5) Форма навчання: денна, заочна				
6) Галузь знань: 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ				
7) Спеціальність: 075 Маркетинг				
8) Компонента спеціальності: вибіркова				
9) Семестр: 8				
10) Цикл дисципліни: дисципліна вибіркової підготовки				
11) Викладач (розробник карти): к.е.н., доцент Марченко С.М.				
12) Мова навчання: українська				
13) Необхідні ввідні дисципліни: (що треба вивчити, щоб слухати цей курс) «Облік і аудит», «Маркетинг», «Економіка підприємства».				
14) Мета курсу: надати студентам знання щодо суті, призначення, задач, області застосування, методів, прийомів маркетингового аудиту. Закласти основу системного підходу в пошуку маркетингових можливостей підвищення ефективності діяльності підприємства та аналізі його маркетингових ризиків.				
15) Результати навчання:				
№	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на програмні компетентності
1.	ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 2, 9
2.	ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 4, 13
3.	ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 6
4.	ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 9
5.	ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 9
6.	ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 13
7.	ПР15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 4
8.	ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	опитування, тестування	практичні заняття	ФК 13

16) Форми занять та їх тривалість (кількість годин)

Лекція	Практичне заняття	Лабораторні заняття	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійні робота студента
4	28	-	Контрольна робота	58

Зміст: (окремо для кожної форми занять – Л/Пр/Лаб/ КР/СРС)

ТЕОРЕТИЧНА ПІДГОТОВКА (ЛЕКЦІЇ):

1. Базові відомості з маркетингового аудиту: поняття, область, рівні, цільова аудиторія, етапи проведення.

ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА:

1. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства.
2. Портфельний аналіз.
3. Розширений SWOT-аналіз, визначення маркетингової управлінської проблеми та оптимальних шляхів її вирішення.
4. Аудит ринкової діяльності підприємства.
5. Аудит позиціонування.
6. Аудит продуктової діяльності підприємства.
7. Аудит служби маркетингу підприємства.

Лабораторне: не передбачено НП

Самостійна робота студента:

1. Ситуаційний аналіз
2. Портфельний аналіз
3. Аудит ринків/ цільового ринку
4. Аудит клієнтів
5. Аудит комплексу маркетингу
6. Аудит просування
7. Аудит товарної політики
8. Аудит збуту
9. Аудит цінової політики (ЦП).
10. Аудит стимулювання збуту (СЗ)
11. Аудит охоплення ринку (ОР).
12. Аудит активності конкурентів (АК)
13. Аудит конкурентної поведінки (КП)
14. Аудит позиціонування
15. Аудит системи маркетингової інформації підприємства(СМІ)
16. Аудит управління маркетингом підприємства(УМ)
17. Аудит цифрового маркетингу підприємства (ЦМ)

17) Іспит: не передбачено НП

<i>Поточне оцінювання</i>		<i>Залік</i>	<i>РАЗОМ</i>
Теоретична підготовка (на базі університету)	Практична підготовка (на базі роботодавця)		
20	40	40	10

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

18) Основна література:

- Корягіна С.В. Маркетинговий аудит. (36. ф.) Навчальний посібник рекомендовано МОН України –Київ ТОВ "Видавництво "Центр учбової літератури", 2019 – 320с.
- Брадул О.М. Аудит: підручник: в двох частинах /Брадул О.М., Шепелюк В.А., Ільїна С.Б., Юнацький М.О., Хорошенко А.П., Брадул Т.В. ; за редакцією Грушко В.І. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019 – 323 с.
- Білецька Г.М. Електронний аудит - сучасна форма електронного контролю (світові тенденції та етапи запровадження) =Electronic audit -modern form of electronic control (global trends and stages of implementation): навчальний посібник /Білецька Г.М., Данилова О.М., Кармаліта М.В., Ковтунович Н.Л., Подік І.І., Шевчук О.А.; за загальною редакцією Г.М. Білецької ; Університет державної фіскальної служби України, Науково-дослідний інститут фіскальної політики - Київ: Алерта, 2018 – 204с.
- Лень В.С. Управлінський облік: підручник для студентів вищих навчальних закладів, які навчаються за освітньо-професійною програмою бакалавра з напрямку підготовки "Облік і аудит" - Київ: Видавництво "Каравела", 2019 – 259 с.

19) Додаткова література:

1. О.Уилсон. Аудит Маркетинга: Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Клуб, 2003. – 368 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинговий аудит системи збуту: навч. посіб. / Балабанова Л.В., Балабаниць А.В.; МОН України, Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського - Київ Професіонал, 2004 – 304с.
3. Калайтан Т. В. Контролінг. Навч. посібник. 2-ге видання. Рекомендовано МОН України. «НОВИЙ СВІТ-2000», 2019 р. – 252с.
4. Копич І. М., Сороківський В.М., Стефаняк В.І. Математичні моделі в менеджменті та маркетингу. Навч. посібник. Рекомендовано МОН України. «НОВИЙ СВІТ-2000», 2020 р. – 376с.
5. Левицька І. В. Менеджмент підприємств за кризових умов Навч. посібник. 2-ге видання. Рекомендовано МОН України. «НОВИЙ СВІТ 2000», 2020 р. – 176с.
6. Кузьмін О.Є., Жовтанецька О. О., Заяць Н.О. Системний аналіз і прийняття інноваційних рішень. 2-ге видання. Рекомендовано МОН України. «НОВИЙ СВІТ-2000», 2020 р. – 227с.
7. Шубіна С.В., Мірошник О.Ю. Стратегічний аналіз практикум. Навчальний посібник Рекомендовано МОН України. «НОВИЙ СВІТ 2000», 2020 р. – 218с

Методичні роботи

<http://org2.knuba.edu.ua/>

Інформаційні ресурси

1. «MarketingMix». URL: <http://www.mm.com.ua>
2. Верховна Рада України : офіційний веб-портал. URL: <https://rada.gov.ua/news/zak>
3. Державний комітет статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua>
4. [www/management.com.ua](http://www.management.com.ua)
5. Щотижневик «Бізнес». URL: <http://advertising.ua/mass-media/1918/rus/>
6. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua> <http://library.knuba.edu.ua>

20) Робоче навантаження студента, необхідне для досягнення результатів навчання

№	Форма занять	Кількість годин аудиторні/ СРС
1.	Лекція	4
2.	Практичне заняття	28
3.	Лабораторні заняття	-
4.	КП/КР/РГР/Контр.роб.	-
5.	Форма контролю	Екзамен
	Всього годин	90

22) Сума всіх годин:	90
23) Загальна кількість кредитів ECTS	3
24) Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження:	4
25) Кількість необхідних годин (кредитів ECTS) СРС для забезпечення аудиторного навантаження:	58
26) Кількість годин (кредитів ECTS) СРС , забезпечених навчальним планом:	58
27) Примітки:	

Затверджено:

Розробник (викладач)	_____	доц., к.ек.н., Марченко С.М.
Завідувач кафедри	_____	проф., к.т.н. Захарченко П.В.
Координатор від КНУБА	_____	проф., д.ек.н, Дименко Р.А.
Гарант освітньої програми	_____	доц., к.ек.н., Вотченікова О.В.