



Силабус навчальної дисципліни «Маркетинговий аудит»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Освітній рівень	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год.
	Практичні – 24 год.
	Самостійна робота – 72 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 107А, https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладачі	Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н. доцент; Шевченко Олена Миколаївна к.е.н., доцент
Контактна інформація викладачів	hivassenko@fmail.com fem.shevchenko@nupp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку освітнього процесу
Консультації	Аудиторія 107А відповідно до графіку

Мета навчальної дисципліни – формування у студентів знань та вмінь щодо принципів, завдань та функцій маркетингового аудиту, а також способів його застосування на окремих ділянках маркетингової роботи; закладання основ системного підходу в пошуку маркетингових можливостей підвищення ефективності діяльності підприємства.

Результати вивчення навчальної дисципліни:

Р 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

Р 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

Р 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

Р 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

Р 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

Р 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Передумови для навчання:

Попередньо опановані дисципліни на першому рівні вищої освіти, що сформували відповідні знання й навички з основ економічної науки, менеджменту, маркетингу

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теорія та організація маркетингового аудиту

Тема 1. Теоретичні аспекти маркетингового аудиту. **Тема 2.** Основи організації та методики маркетингового аудиту. **Тема 3.** Аудит середовища маркетингу. **Тема 4.** Аудит стратегії маркетингу. **Тема 5.** Аудит організації та допоміжних систем маркетингу. **Тема 6.** Аудит ефективності маркетингової діяльності.



Змістовий модуль 2. Аудит складових маркетингу

Тема 7. Аудит товарного портфеля підприємства. **Тема 8.** Аудит політики ціноутворення.

Тема 9. Аудит політики розподілу. **Тема 10.** Аудит політики маркетингових комунікацій

**Сторінка курсу
на платформі
Moodle**

Розміщено: робоча програма навчальної дисципліни, матеріали лекцій, завдання до практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів
<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=5060>

Рекомендовані джерела:

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Основи маркетингу. Діалектика. 2020. 880 с.
2. Балабанова Л.В., Балабаниць А.В. Маркетинговий аудит системи збуту : навч. посіб. Київ: Професіонал. 2004. 304 с.
3. Єпіфанова, І. М. Маркетинговий аудит: сутність та механізм реалізації. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 4. С. 71-81. URL: <http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/11248>
4. Копич І. М., Сороківський В.М., Стефаняк В.І. Математичні моделі в менеджменті та маркетингу. Навч. посібник. Київ: «НОВИЙ СВІТ-2000». 2020. 376 с.
5. Корягіна С.В. Аналіз маркетингової діяльності: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2014. 320 с.
6. Корягіна С.В. Маркетинговий аудит: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво» Центр учбової літератури». 2019. 320 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К.: КМ-БУКС, 2018. 208 с.
8. 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. 227 с.
9. Хаблюк О, Яцишин С., Голяш І. Маркетинговий аудит як інструмент оцінювання ефективності бізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 5 (60) С. 129-136 URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/60/760.pdf>

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного навчання протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю 50 балів; мінімальна сума балів, що дозволяє студенту бути атестованим з дисципліни – 60 балів.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях	50
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	
60 - 63	E	задовільно
35 - 59	FX	
1 - 34	F	



Політики навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=5060>

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

Протокол від «28» серпня 2023 року № 13