

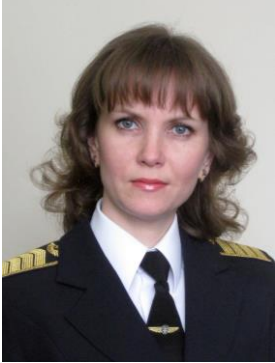


СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»



Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр (осінній/весняний)	Осінній семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредитів / 90 годин
Мова викладання (українська, англійська)	Українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Принципи, форми та методи організації і проведення маркетингового аудиту, методологічні та організаційні прийоми його використання за сучасних умов маркетингової діяльності підприємства.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Курс спрямований на одержання студентам науково-теоретичних знань та практичних навичок з організації і проведення маркетингового аудиту, вивчення методологічних та організаційних прийомів його використання за сучасних умов маркетингової діяльності підприємства.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>вміння здійснювати комплексний аудит маркетингової діяльності підприємства, знаходити шляхи та резерви удосконалення маркетингу підприємства відповідно до результатів аудиту за постійно змінюваних ринкових умов;</p> <p>аналізувати стан та структуру макросередовища, особливості аудиту середовища маркетингу та оцінювати стан можливостей підприємства;</p> <p>проводити аудит маркетингової товарної, цінової політики, політики розподілу та комунікаційної політики;</p> <p>оцінювати стан можливостей підприємства за допомогою методів маркетингового аудиту та визначати ефективність маркетингової діяльності підприємства;</p> <p>обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів</p>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Знання принципів, форм та методів організації і проведення маркетингового аудиту, методологічних прийомів його використання дозволяє організувати та проводити аналіз стану та структуру макросередовища ринкового суб'єкта; проводити аудит його маркетингової товарної, цінової політики, політики розподілу та комунікаційної політики; оцінювати можливості та визначати ефективність маркетингової діяльності суб'єктів господарювання; формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність й ефективність його функціонування.
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Маркетинговий аудит у системі ринкової

	<p>діяльності підприємства. Аудиторські оцінювання маркетингового середовища підприємства. Аудит маркетингової товарної політики підприємства. Аудит маркетингової цінової політики підприємства. Маркетинговий аудит політики розподілу. Аудит маркетингової комунікаційної політики. Маркетинговий аудит можливостей підприємства</p> <p>Види занять: лекції, практичні, самостійна робота</p> <p>Методи навчання: словесні, наочні, практичні; групова дискусія; проблемні; частково-пошукові (евристичні); дослідницькі (наукові доповіді, наукові повідомлення).</p> <p>Форми навчання: очна (offline, online), заочна</p>
Пререквізити	Базується на знаннях таких дисциплін, як: «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові дослідження».
Пореквізити	Є додатковою базою для вивчення таких дисциплін як: «Маркетинг розподілу», «Маркетинг промислового підприємства», «Відповідальний маркетинг», «Інновації в маркетингу», «Організація маркетингової діяльності в авіаційній галузі»
Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ	<p>Начальна та наукова література: Науково-технічна бібліотека НАУ: Корягіна С. В., Корягін М. В. Маркетинговий аудит: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури». 2018. 320 с.</p> <p>Робоча програма (посилання на репозитарій):</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторії теоретичного навчання, навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу, мультимедійне обладнання
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування, практичне завдання
Кафедра	маркетингу
Факультет	економіки та бізнес-адміністрування
Викладач	 <p>ШЕВЧЕНКО АННА ВАЛЕРІЇВНА</p> <p>Посада: доцент кафедри маркетингу Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук</p> <p>Профайл викладача: http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/158-shevchenko-anna-valerijivna</p> <p>Тел.: +380(44) 406-77-43 E-mail: anna.shevchenko@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 2.203</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	