

Київський національний університет  
будівництва і архітектури  
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

«Затверджую»

Завідувач кафедри



/Петро ЗАХАРЧЕНКО/

03 жовтня 2022 р.

Розробник силабуса



/Світлана МАРЧЕНКО/



## СИЛАБУС

### Маркетинговий аудит

(назва освітньої компоненти (дисципліни))

1) Шифр за освітньою програмою: ОК 20				
2) Навчальний рік: 2022-2023				
3) Освітній рівень: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти				
4) Форма навчання: денна, заочна				
5) Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»				
6) Спеціальність, назва освітньої програми 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг»				
7) Статус освітньої компоненти: вибіркова				
8) Семестр: 8				
9) Контактні дані викладача: доцент, кандидат економічних наук ВОТЧЕНІКОВА Ольга Володимирівна канд.екон.н., доц. Марченко Світлана Миколаївна ауд. 362 marchenko.sm@knuba.edu.ua Контакти: (068)300-30-40				
10) Мова навчання: українська				
11) Пререквізити: Маркетинг, Облік і аудит, Економіка підприємства, Сучасні інформаційні технології в економіці				
12) Мета курсу: надання студентам знань 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.				
13) Результати навчання:				
№	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на програмні компетентності
1.	ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 02, 03, 04, 05, 09, 10, 11 ФК 02, 07, 11

Київський національний університет  
будівництва і архітектури  
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

2.	ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 03, 04, 06, 07, 08, 11, 14 ФК 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14
3.	ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 03, 04, 07, 08, 09 ФК 09, 10, 11
4.	ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 02, 03, 04, 05, 09, 10, 11 ФК 02, 07, 11
5.	ПР 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	опитування, вирішення задач та ситуаційних завдань	практичні заняття	ЗК 03, 04, 06, 07, 08, 11, 14 ФК 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14

#### 14) Структура курсу:

Лекції, год.	Практичні заняття, год.	Лабораторні заняття, год.	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійні робота здобувача, год.	Форма підсумко- вого контролю	
денна	24	22	-	Контрольна робота	44	залік
<b>Сума годин:</b>				90		
<b>Загальна кількість кредитів ECTS</b>				3,0		
<b>Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження:</b>				30 (1,0)		

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

##### Лекції:

##### *Модуль 1. Теоретичні основи маркетингового аудиту, його рівні та інструментарій*

Тема 1. Базові відомості з маркетингового аудиту: поняття, рівні, цільова аудиторія, етапи проведення (2 год.)

Тема 2. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства (4 год.).

Тема 3. Портфельний аналіз (2 год.)

Тема 4. Розширений SWOT-аналіз, визначення маркетингової управлінської проблеми та оптимальних шляхів її вирішення (4 год.)

##### *Модуль 2. Аудиторське оцінювання маркетингового середовища підприємства.*

Тема 5. Аудит ринкової діяльності підприємства (2 год.)

Тема 6. Аудит позиціонування (4 год.)

Тема 7. Аудит продуктової діяльності підприємства (4 год.)

Тема 8. Аудит служби маркетингу підприємства (2 год.).

##### **Практичні заняття:**

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

Тема 2. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Тема 3. Портфельний аналіз.

Тема 4. Розширений SWOT-аналіз, визначення маркетингової управлінської проблеми та оптимальних шляхів її

Київський національний університет  
будівництва і архітектури  
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

вирішення.

Тема 5. Аудит ринкової діяльності підприємства.

Тема 6. Аудит позиціонування.

Тема 7. Аудит продуктової діяльності підприємства.

Тема 8. Аудит служби маркетингу підприємства.

**Лабораторне:** не передбачено НП

**Контрольна (індивідуальна) робота: підготовка доповіді та презентація за обраною темою:**

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

**Самостійна робота студента:**

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

Тема 2. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Тема 3. Портфельний аналіз.

Тема 4. Розширений SWOT-аналіз, визначення маркетингової управлінської проблеми та оптимальних шляхів її вирішення.

Тема 5. Аудит ринкової діяльності підприємства.

Тема 6. Аудит позиціонування.

Тема 7. Аудит продуктової діяльності підприємства.

Тема 8. Аудит служби маркетингу підприємства.

**15) Іспит:** не передбачено НП

Київський національний університет  
будівництва і архітектури  
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

### 16) Основна література:

#### Підручники:

1. 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.
2. 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.

#### Навчальні посібники:

1. Корягіна С.В. Маркетинговий аудит. Навчальний посібник рекомендовано МОН України –Київ ТОВ "Видавництво "Центр учбової літератури", 2019 – 320с.
2. 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.
3. 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.
4. Дерев'янченко Т.С. Маркетинговий аудит. Навчальний посібник. – К.:КНЕУ, 2017. – 353с.
5. С.В. Корягіна, М.В. Корягін. Маркетинговий аудит. Навч. посібник. - К.: «Центр учбової літератури», 2014, -320 с.
6. Маркетинговий аудит. Чебор С.І, Ларіна Я.С., Луцій О.П. Навч. посібник. К.: Наш час, 2011. – 540с.

#### Методичні роботи

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

#### 17) 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/>
6. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua><sup>7</sup>.<http://library.knuba.edu.ua>

#### 18) Система оцінювання навчальних досягнень (розподіл балів):

Поточне оцінювання				Контрольна робота	Залік	Сума балів
М1		М2				
ЗМ1	ЗМ2	ЗМ3	ЗМ4			
10	15	15	15	15	30	100

#### 19) Умови допуску до підсумкового контролю:

Умовою допуску до іспиту є захист курсової роботи та відвідування лекційних та практичних занять. З поважної причини (хвороба чи інші обставини непереборної сили) відвідування лекційних занять може бути замінено на виконання реферату за темою лекційного заняття для врахування балів у підсумковому контролі.

#### 20) Політика щодо академічної доброчесності:

Списування під час тестування та інших опитувань, які проводяться у письмовій формі, заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). У разі виявлення фактів списування з боку здобувача він отримує інше завдання. У разі повторного виявлення призначається додаткове заняття для проходження тестування.

#### 21) Посилання на сторінку електронного навчально-методичного комплексу дисципліни: