



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Маркетинговий аудит

КАФЕДРА

### маркетингу

РОЗРОБНИК

**Чуприна Олена Оскарівна**

д.е.н., доцент

chuprina.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**3**

кредитів ЄКТС  
(90 годин)

**28**

годин контактна робота з викладачем  
(14 годин лекцій;  
14 годин семінарських занять)

**62**

години - самостійна  
робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**перший**

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**залік**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

опанування знань з дисципліни «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Економіка підприємства»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок з організації та проведення маркетингового аудиту

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Модуль 1. Теоретичний базис маркетингового аудиту

**Тема 1.** Теоретичні основи маркетингового аудиту

**Тема 2.** Організаційні засади проведення маркетингового аудиту

### Модуль 2. Методичні підходи до здійснення маркетингового аудиту

**Тема 3.** Аудит маркетингового середовища

**Тема 4.** Методика аудиту маркетингових стратегій

**Тема 5.** Методика аудиту організації маркетингової діяльності

**Тема 6.** Аудит товарної та цінової політики підприємства

**Тема 7.** Аудит збутової політики підприємства та політики комунікацій

**Тема 8.** Аудит ефективності маркетингової діяльності підприємства

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- вміння аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- здатність використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;
- вміння застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- навички пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;
- вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта;



## Донецький державний університет управління

- володіння навичками самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- здатність відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

### МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

### РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

#### **Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.**

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на семінарських заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 15 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 30 балів;
- Виконання індивідуальних завдань і кейсів, розв'язання задач – 40 балів.

#### **Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:**

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

#### **За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:**

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

#### **Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:**

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



## Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО- МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

### Основна література:

1. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2007. 224 с.
2. Корягіна С.В., Корягін М.В. Маркетинговий аудит. Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2014. 320 с.
3. Онопрієнко І.М. Маркетинговий аудит. Навчальний посібник. Суми, 2019. 123 с.
4. Шевченко В.М., Мостова А.Д. Маркетинговий аудит: збірник завдань для практичних занять і самостійної роботи (практикум). Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. – 84 с.

### Англомовні видання:

1. Kotler Philip, Keller Kevin Lane Marketing Management, 15th Edition. Pearson, 2016. 816 p.
2. Kotler, Philip T. Armstrong Gary Principles of Marketing, 17th Edition. Pearson, 2017. 737 p.
3. Keegan Warren Global Marketing Management, Pearson International Edition, 7th Edition. Pearson Education, 2012. 660 p.
4. The Marketing Audit Comes of Age. Philip Kotler, William T. Gregor, William H. Rodgers III. URL: <http://www.hamiltonco.com/features/hampub/SMR.html>

### Інтернет джерела

1. Міжнародна Асоціація маркетингових ініціатив. URL: <http://www.mami.org.ua/>
2. Сайт Міжнародної Маркетингової Групи Україна. URL: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3574>
3. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>.