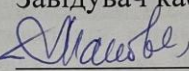


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
Економічний факультет  
Кафедра маркетингу

Затверджено:  
на засідання кафедри маркетингу  
економічного факультету  
Львівського національного  
університету імені Івана Франка  
(протокол №1 від 29.08.2022)

Завідувач кафедри  
 проф. Майовець Є.Й.

**Силабус з навчальної дисципліни**  
**«МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ»**  
що викладається в межах ОПП Маркетинг  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для здобувачів  
з спеціальності 075 «Маркетинг»

Львів 2022

|  |  |
|--|--|
| <b>Назва курсу</b>   | Маркетинговий аудит  |
| <b>Адреса викладання курсу</b>                             | 79000, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка   |
| <b>Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна</b> | Кафедра маркетингу економічного факультету   |
| <b>Галузь знань, шифр та назва спеціальності</b>           | 07 «Управління та адміністрування»<br>075 «Маркетинг»  |
| <b>Викладачі курсу</b>                                     | <b>Чуба Надія Вікторівна</b> , кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу  |
| <b>Контактна інформація викладачів</b>                     | <a href="mailto:nadiya.chuba@lnu.edu.ua">nadiya.chuba@lnu.edu.ua</a><br><a href="mailto:chuba_ect@ukr.net">chuba_ect@ukr.net</a><br><a href="https://econom.lnu.edu.ua/employee/chuba-nadiya-viktorivna">https://econom.lnu.edu.ua/employee/chuba-nadiya-viktorivna</a>  |
| <b>Консультації по курсу відбуваються</b>                  | Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через Skype, Zoom, Meet або подібні ресурси. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або телефонувати.  |
| <b>Сторінка курсу</b>                                      | <a href="https://econom.lnu.edu.ua/course/marketynhovyyj-audyt">https://econom.lnu.edu.ua/course/marketynhovyyj-audyt</a>  |
| <b>Інформація про курс</b>                                 | Курс орієнтовано на вивчення особливостей проведення маркетингового аудиту з метою упорядкування і вдосконалення маркетингової діяльності та досягнення довгострокових цілей підприємства.   |
| <b>Коротка анотація курсу</b>                              | Дисципліна «Маркетинговий аудит» є вибірковою дисципліною з спеціальності «Маркетинг» для освітньої програми «Маркетинг», яка викладається в 7-му семестрі в обсязі 4 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).   |
| <b>Мета та цілі курсу</b>                                  | Метою вивчення нормативної дисципліни «Маркетинговий аудит» є виклад принципів, завдань та функцій маркетингового аудиту, а також способів його застосування на окремих ділянках маркетингової роботи.<br><b>Завдання:</b> Основними завданнями дисципліни є:<br>- ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами маркетингового аудиту;<br>- набуття практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій;<br>- виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємств. |
| <b>Література для вивчення дисципліни</b>                  | <b>Рекомендована література:</b><br>1. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Як гроузахакери змінюють правила гри / Пер. з англ. Асташова О. – К.: Наш формат, 2018. – 104 с.<br>2. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. - 256 с.<br>3. Гринів Л.В., Благун І.І. Особливості маркетингу послуг страхування життя / Гринів Л.В., Благун І.І.// Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. – 2017. – Випуск І-ІІ (65-66).С.393-402.  |

4. Дорошенко Г. О. Маркетинг: навч. посіб. - Харків : Тім Пабліш Груп, 2016. - 411 с
5. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтеховіч Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. – 2022. – с. 24 – 30. Режим доступу: [http://www.agrosvit.info/pdf/2\\_2022/5.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf)
6. Збірник тестів із маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 416 с.
7. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. – 2021. – С.182-185. Режим доступу: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf>
8. Корягіна С.В. Аналіз маркетингової діяльності: Навч.посіб. / С.В.Корягіна, М.В. Корягін. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 320 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Пер. з англ. К.Куницької та О.Замаєвої. – К.: КМ-БУКС, 2018. – 208с.
10. Кузик О. Маркетинг послуг: технології та стратегії. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 338 с.
11. Кузик О.В. Стратегічний маркетинг: теорія та методологія: навч.посіб. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2015. - 240 с.
12. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 450 с.
13. Маркетинг: Теорія та методологія: навч.посібник / Є.Й.Майовець. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2013. - 450 с.
14. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [монографія] за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В. Карпенко. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 252 с.
15. Надобенко Н.М. Процес планування маркетингової діяльності підприємства // Маркетинг в Україні, 2014, № 7. – С. 12–14
16. Практикум з маркетингу: Навч.посіб. / за ред.проф.Майовця Є.Й. – Львів: Край, 2014. – 244 с.
17. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / Пер. з англ. Асташова О. – К.: Наш формат, 2019. – 152с.
18. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.
19. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук.ред. проф. Є.Й.Майовця. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2016. - 262 с.
20. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). – 2020. – С.192-205.

#### **Інформаційні ресурси**

1. Бібліотека імені В.Вернадського. [Електронний ресурс]. - Режим доступу з: <http://www.nbuv.gov.ua>
2. Всеукраїнський конкурс студентських маркетингових планів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу з: [http://www.studymarketing.in.ua/students/mpdraft/МРС\\_2011.html](http://www.studymarketing.in.ua/students/mpdraft/МРС_2011.html)
3. «Маркетинг в Україні» / Науковий журнал / Доступно з <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>
4. «Маркетинг и реклама» / Науковий журнал / Доступно з

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      | <p><a href="http://mr.com.ua/">http://mr.com.ua/</a></p> <p>5. «Маркетинг і менеджмент інновацій» / Науковий журнал / Доступно з <a href="http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/">http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/</a>.</p> <p>6. «Маркетинг: теорія і практика» / Науковий журнал / Доступно з <a href="http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/index.html">http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/index.html</a></p> <p>7. Головне управління статистики України <a href="http://www.ukrstat.gov.ua">http://www.ukrstat.gov.ua</a></p> <p>8. Українська Асоціація Маркетингу <a href="http://uam.in.ua/">http://uam.in.ua/</a></p> <p>9. Американська асоціація маркетингу <a href="https://www.ama.org">https://www.ama.org</a></p> <p>10. Маркетинговий портал <a href="http://www.marketing-research.in.ua">http://www.marketing-research.in.ua</a></p> |
| <b>Тривалість курсу</b>              | 150 год.  |
| <b>Обсяг курсу</b>                   | 64 годин аудиторних занять. З них 32 години лекцій, 32 годин практичних занять та 86 години самостійної роботи  |
| <b>Очікувані результати навчання</b> | <p>В результаті вивчення даного курсу студент буде:</p> <p><b>Знати:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основні поняття, категорії, принципи, завдання та функції маркетингового аудиту;</li> <li>- системи та алгоритми маркетингового аудиту;</li> <li>- окремі етапи та процедури маркетингового аудиту;</li> <li>- засади організації маркетингової діяльності та контролю за нею.</li> </ul> <p><b>Вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- володіти категоріальним апаратом аудиту маркетингової діяльності;</li> <li>- аналізувати окремі складові комплексу маркетингу;</li> <li>- застосовувати на практиці аудит маркетингової діяльності.</li> </ul>  |
| <b>Ключові слова</b>                 | Маркетинг, маркетинговий аудит, контроль, ревізія, управління маркетинговою діяльністю, комплекс маркетингу, маркетингове середовище, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингова політика розподілу, маркетингова політика комунікацій, ціна, товар, канали розподілу, канали комунікацій, реклама, маркетингове дослідження, маркетингова стратегія   |
| <b>Формат курсу</b>                  | Очний   |
|                                      | Проведення лекцій та консультації для кращого розуміння тем   |
| <b>Теми</b>                          | <p>Тема 1. Маркетинговий аудит в системі ринкової діяльності підприємства</p> <p>Тема 2. Аудиторське оцінювання маркетингового середовища підприємства</p> <p>Тема 3. Аудит маркетингових можливостей підприємства середовище</p> <p>Тема 4. Аудит організації маркетингу</p> <p>Тема 5. Аудит системи маркетингу</p> <p>Тема 6. Аудит результативності</p> <p>Тема 7. Аудит маркетингової товарної політики</p> <p>Тема 8. Маркетинговий аудит цінової політики підприємства</p> <p>Тема 9. Аудит маркетингової політики розподілу</p> <p>Тема 10. Аудит маркетингової комунікаційної політики</p>   |
| <b>Підсумковий контроль, форма</b>   | залік в кінці семестру<br>за підсумками поточної успішності   |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>При викладанні дисципліни «Маркетинговий аудит» використовуються такі методи контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є усні опитування, контрольні роботи і тестування.</li> <li>- Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання підсумкових результатів навчання і включає семестровий контроль у формі письмових змістових модулів.</li> </ul>  |
| <b>Пререквізити</b>   | <p>Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін як «Маркетинг», «Основи економічної науки», «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Економіка України», «Економіка підприємства», достатніх для сприйняття категоріального апарату курсу, розуміння джерел досліджуваних об'єктів.</p>   |
| <b>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</b> | <p>Основними методами навчання, що використовуються в процесі викладання навчальної дисципліни «Маркетинговий аудит» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (лекції, ілюстрації, презентації);</li> <li>- метод практичного засвоєння курсу з допомогою складання тестових завдань, вирішення задач та ситуацій з метою набування умінь і практичних навичок (практичні заняття).</li> </ul>   |
| <b>Необхідне обладнання</b>   | <p>Вивчення курсу «Маркетинговий аудит» потребує використання загальнонавчаних програм і операційних систем та електронних матеріалів платформи Moodle, комп'ютерної техніки та мультимедійного обладнання.</p>   |
| <b>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</b>                | <p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою.</p> <p>При викладанні дисципліни «Маркетинговий аудит» використовуються такі методи контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є усне опитування, контрольні роботи і тестування.</li> <li>- Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання підсумкових результатів навчання і включає семестровий контроль у формі письмових змістових модулів.</li> </ul> <p>Поточний контроль:</p> <p>20 балів нараховується за підготовку до семінарських занять:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– за контрольні перевірки теоретичного матеріалу на семінарському занятті шляхом усного і письмового опитування;</li> <li>– за активність при розв'язуванні практичних вправ на занятті та виконання домашніх і самостійних завдань.</li> </ul> <p>Можливі додаткові бали:</p> <p>Індивідуальне завдання – 20 балів.<br/> Завдання в малих групах – 20 балів.<br/> 2 змістові модулі по 20 балів кожен.<br/> Підсумковий контроль - залік.</p> |

**Письмові роботи:** Очікується, що студенти виконають індивідуальне завдання у формі презентації. **Академічна доброчесність:** Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. **Відвідання занять** є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. **Література.** Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

**Політика виставлення балів.** Враховуються бали, набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.

#### Шкала оцінювання: національна та ECTS

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка ECTS | Оцінка за національною шкалою                      |   |
|--|-------------|--|---|
|  |             | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку                                      |
| 90 – 100                                     | <b>A</b>    | відмінно   | зараховано                                      |
| 81-89  | <b>B</b>    | добре  |   |
| 71-80  | <b>C</b>    |  |   |
| 61-70  | <b>D</b>    |  |   |
| 51-60  | <b>E</b>    | задовільно   | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-50   | <b>FX</b>   | незадовільно з можливістю повторного складання     |   |

**Питання до заліку чи екзамену.**

#### Перелік питань для проведення підсумкової оцінки знань

1. Що таке маркетинговий аудит?
2. Чи тотожні поняття “маркетинговий аудит”, “аудит маркетингу”, “ревізія маркетингу”, “маркетингові дослідження”?
3. Які основні цілі та функції маркетингового аудиту?

4. Що є предметом маркетингового аудиту?
5. Які види маркетингового аудиту і способи його проведення Ви знаєте?
6. Окресліть місце маркетингового аудиту в системі управління підприємством.
7. Назвіть основні методи аналізу маркетингового аудиту підприємства.
8. Яке значення аудиту навколишнього середовища маркетингу?
9. Що розуміють під поняттям макросередовища підприємства?
10. Назвіть основні завдання аудиту макросередовища.
11. Як можна оцінювати чинники макросередовища підприємства?
12. Які чинники макросередовища підприємства Ви знаєте?
13. Які особливості здійснення маркетингового аудиту мікро середовища підприємства?
14. Окресліть основні складові мікро середовища підприємства.
15. Що Ви розумієте під поняттям місія фірми?
16. Як оцінити ефективність реалізації цілей підприємства?
17. Що таке маркетингова можливість і які основні методи пошуку маркетингових можливостей Ви знаєте?
18. Як оцінити місткість та кон'юнктуру ринку?
19. Які чинники формують структуру маркетингового потенціалу підприємства?
20. Назвіть основні класифікаційні ознаки та види маркетингових стратегій.
21. Яких основних вимог слід дотримуватись у процесі побудови організаційної структури маркетингової служби на підприємстві?
22. Назвіть основні принципи ефективної організації маркетингової діяльності на підприємстві.
23. Опишіть алгоритм створення маркетингової організаційної структури на підприємстві.
24. Які типи маркетингової організаційної структури Ви знаєте?
25. Назвіть основні переваги і недоліки окремих моделей побудови відділів маркетингу на підприємстві.
26. За якими напрямками здійснюється аудит організації маркетингу?
27. У чому полягає аудит ефективності взаємодії?
28. Які види компаній, що спеціалізуються на проведенні маркетингових досліджень, Ви знаєте?
29. У чому полягає важливість маркетингового дослідження і яким критеріям воно повинно відповідати?
30. Назвіть основні методи збору первинних даних. Які інструменти маркетингового дослідження Ви знаєте?
31. Що таке Маркетинговий аудит і які його особливості?
32. У чому полягає основне завдання маркетингового планування?
33. Які Ви знаєте види маркетингового контролю?
34. Охарактеризуйте особливості здійснення маркетингового контролю.
35. Окресліть завдання маркетингового аудиту результативності.

|                          |   |
|--------------------------|---|
|                          | <p>36. У чому полягає аналіз прибутковоості і за якими напрямками його проводять?</p> <p>37. Яким чином здійснюють загальну оцінку балансу?</p> <p>38. Охарактеризуйте особливості аналізу структури витрат.</p> <p>39. Як здійснюють аналіз рентабельності?</p> <p>40. Які кроки щодо скорочення витрат можуть бути запропоновані у результаті проведення маркетингового аудиту?</p> <p>41. У чому полягає основний зміст товарної політики підприємства?</p> <p>42. Які Ви знаєте методи визначення ринкових характеристик товару?</p> <p>43. Як здійснюють оцінювання якості продукції та її відповідності вимогам ринку?</p> <p>44. У чому особливість аналізу конкурентоспроможності товару?</p> <p>45. Назвіть визначальні чинники оцінки іміджу товару.</p> <p>46. Які методи оцінювання товарних запасів Ви знаєте?</p> <p>47. У чому полягає маркетинговий аудит при створенні нового продукту?</p> <p>48. Окресліть завдання маркетингового аудиту цінової політики.</p> <p>49. Які особливості ціни в комплексі маркетингу підприємства?</p> <p>50. У чому полягає поняття еластичності попиту за ціною?</p> <p>51. Зазначте особливості маркетингового процесу ціноутворення.</p> <p>52. Як здійснюють діагностику чинників ціноутворення?</p> <p>53. У чому полягає аналіз цінових стратегій, методів і прийомів ціноутворення?</p> <p>54. Які особливості оцінювання ризику цінових рішень?</p> <p>55. У чому полягає маркетинговий аудит політики розподілу?</p> <p>56. Як здійснити оцінку оптимальності каналів розподілу?</p> <p>57. Які методи аналізу і контролю гуртової торгівлі Ви знаєте?</p> <p>58. Назвіть особливості проведення аудиту системи збуту.</p> <p>59. Як можна оцінити збутовий потенціал підприємства?</p> <p>60. У чому полягають збутові ризики?</p> <p>61. У чому полягає маркетинговий аудит політики комунікацій? Опишіть роль реклами, стимулювання збуту і пропаганди в маркетинговому комплексі?</p> <p>62. Назвіть основні методи розрахунку загального бюджету просування.</p> <p>63. Як здійснити оцінку рекламної кампанії?</p> <p>64. Які методи аналізу і контролю стимулювання збуту, особистого продажу та реклами Ви знаєте?</p> <p>65. Які риси є найважливішими для торгового агента?</p> <p>66. Які основні підходи до оцінки ефективності роботи торгових агентів Ви знаєте? У чому полягає їх суть?</p> |
| <p><b>Опитування</b></p> | <p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</p>   |



## СХЕМА КУРСУ «МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ»

| Тиж.<br>/<br>дата<br>/<br>год.- | Тема, план, короткі тези   | Форма діяльності (заняття)*<br>*лекція, самостійна, дискусія, групова робота) | Література   | Завдання, год   | Термін виконання |
|---------------------------------|--|---|--|---|------------------|
|                                 | <p style="text-align: center;"><b>Тема 1: Маркетинговий аудит в системі ринкової діяльності підприємства</b></p> <p>Маркетинговий аудит як форма стратегічного контролю. Цілі, завдання і функції маркетингового аудиту. Методологічне забезпечення маркетингового аудиту на підприємстві.</p> | лекція  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтеховіч Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. – 2022. – с. 24 – 30. Режим доступу: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></li> <li>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. – 2021. – С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></li> <li>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч.посібник / Є.Й.Майовець. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2013. - 450 с.</li> <li>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</li> <li>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук.ред. проф. Є.Й.Майовця. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2016. - 262 с.</li> <li>6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології</li> </ol> | <p>Завдання для самооцінювання:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Що таке маркетинговий аудит?</li> <li>2. Чи тотожні поняття “маркетинговий аудит”, “аудит маркетингу”, “ревізія маркетингу”, “маркетингові дослідження”?</li> <li>3. Які основні цілі та функції маркетингового аудиту?</li> <li>4. Що є предметом маркетингового аудиту?</li> <li>5. Які види маркетингового аудиту і способи його проведення Ви знаєте?</li> <li>6. Окресліть місце маркетингового аудиту в системі управління підприємством.</li> <li>7. Назвіть основні методи аналізу маркетингового аудиту підприємства.</li> </ol> | 4 год            |

|  |  |        |  |   |       |
|--|--|--------|--|---|-------|
|  |  |        | маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). - 2020. - С.192-205.  |   |       |
|  | <p align="center"><b>Тема 2: Аудиторське оцінювання маркетингового середовища підприємства</b></p> <p>Зміст процесів аудиту маркетингового середовища підприємства. Аудит зовнішнього середовища маркетингу. Зміст і значення аудиту маркетингового мікросередовища.</p> | лекція | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтехович Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. - 2022. - с. 24 – 30. Режим доступу: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></li> <li>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. - 2021. - С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></li> <li>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч.посібник / Є.Й.Майовець. - Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2013. - 450 с.</li> <li>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</li> <li>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук.ред. проф. Є.Й.Майовця. - Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2016. - 262 с.</li> <li>6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). - 2020. - С.192-205.</li> </ol> | Завдання для самооцінювання:  | 3 год |
|  |  |        |  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Яке значення аудиту навколишнього середовища маркетингу?</li> <li>2. Що розуміють під поняттям макросередовища підприємства?</li> <li>3. Назвіть основні завдання аудиту макросередовища.</li> <li>4. Як можна оцінювати чинники макросередовища підприємства?</li> <li>5. Які чинники макросередовища підприємства Ви знаєте?</li> <li>6. Які особливості здійснення маркетингового аудиту мікро середовища підприємства?</li> <li>7. Окресліть основні складові мікро середовища підприємства.</li> </ol> |       |

|  |   |        |   |   |       |
|--|---|--------|---|---|-------|
|  | <p><b>Тема 3: Аудит маркетингових можливостей підприємства</b></p> <p>Аудит місії та цілей фірми. Оцінювання маркетингової стратегії підприємства</p> | лекція | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтеховіч Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. – 2022. – с. 24 – 30. Режим доступу: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></li> <li>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. – 2021. – С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></li> <li>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й.Майовець. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2013. - 450 с.</li> <li>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</li> <li>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук.ред. проф. Є.Й.Майовця. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2016. - 262 с.</li> <li>6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). – 2020. – С.192-205.</li> </ol> | <p>Завдання для самооцінювання:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Що Ви розумієте під поняттям місія фірми?</li> <li>2. Як оцінити ефективність реалізації цілей підприємства?</li> <li>3. Що таке маркетингова можливість і які основні методи пошуку маркетингових можливостей Ви знаєте?</li> <li>4. Як оцінити місткість та кон'юнктуру ринку?</li> <li>5. Які чинники формують структуру маркетингового потенціалу підприємства?</li> <li>6. Назвіть основні класифікаційні ознаки та види маркетингових стратегій.</li> </ol> | 3 год |
|  | <p><b>Тема 4: Аудит організації маркетингу</b></p> <p>Організація маркетингової діяльності на підприємстві. Особливості аудиту</p>                    | лекція | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтеховіч Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. – 2022. – с. 24 – 30. Режим доступу:</li> </ol>   | <p>Завдання для самооцінювання:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Яких основних вимог слід дотримуватись у процесі побудови організаційної структури маркетингової</li> </ol>   | 3 год |

|  |   |        |  |   |       |
|--|---|--------|--|---|-------|
|  | організації маркетингу.   |        | <p><a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. – 2021. – С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></li> <li>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. - 450 с.</li> <li>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</li> <li>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук. ред. проф. Є.Й. Майовця. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. - 262 с.</li> <li>6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). – 2020. – С.192-205.</li> </ol> | <p>служби на підприємстві?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Назвіть основні принципи ефективної організації маркетингової діяльності на підприємстві.</li> <li>3. Опишіть алгоритм створення маркетингової організаційної структури на підприємстві.</li> <li>4. Які типи маркетингової організаційної структури Ви знаєте?</li> <li>5. Назвіть основні переваги і недоліки окремих моделей побудови відділів маркетингу на підприємстві.</li> <li>6. За якими напрямками здійснюється аудит організації маркетингу?</li> <li>7. У чому полягає аудит ефективності взаємодії?</li> </ol> |       |
|  | <p align="center"><b>Тема 5: Аудит системи маркетингу</b></p> <p>Аудит системи маркетингової інформації. Оцінювання системи планування маркетингу. Система маркетингового контролю.</p> | лекція | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтехович Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. – 2022. – с. 24 – 30. Режим доступу: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></li> <li>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник</li> </ol>  | <p>Завдання для самооцінювання:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Які види компаній, що спеціалізуються на проведенні маркетингових досліджень, Ви знаєте?</li> <li>2. У чому полягає важливість маркетингового дослідження і яким критеріям воно повинно відповідати?</li> </ol>   | 3 год |

|  |  |        |   |  |       |
|--|--|--------|---|--|-------|
|  |  |        | <p>Хмельницького національного університету, - № 3. – 2021. – С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></p> <p>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч.посібник / Є.Й.Майовець. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2013. - 450 с.</p> <p>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</p> <p>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук.ред. проф. Є.Й.Майовця. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2016. - 262 с.</p> <p>6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). – 2020. – С.192-205.</p> | <p>3. Назвіть основні методи збору первинних даних. Які інструменти маркетингового дослідження Ви знаєте?</p> <p>4. Що таке Маркетинговий аудит і які його особливості?</p> <p>5. У чому полягає основне завдання маркетингового планування?</p> <p>6. Які Ви знаєте види маркетингового контролю?</p> <p>7. Охарактеризуйте особливості здійснення маркетингового контролю.</p>                                       |       |
|  | <p><b>Тема 6: Аудит результативності</b></p> <p>Аналіз прибутковості. Оцінювання ефективності витрат</p> | лекція | <p>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтехович Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. – 2022. – с. 24 – 30. Режим доступу: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></p> <p>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. – 2021. – С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></p>   | <p>Завдання для самооцінювання:</p> <p>1. Окресліть завдання маркетингового аудиту результативності.</p> <p>2. У чому полягає аналіз прибутковості і за якими напрямками його проводять?</p> <p>3. Яким чином здійснюють загальну оцінку балансу?</p> <p>4. Охарактеризуйте особливості аналізу структури витрат.</p> <p>5. Як здійснюють аналіз рентабельності?</p> <p>6. Які кроки щодо скорочення витрат можуть</p> | 3 год |

|  |  |        |  |  |       |
|--|--|--------|--|--|-------|
|  |  |        | <p>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. - 450 с.</p> <p>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</p> <p>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук. ред. проф. Є.Й. Майовця. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. - 262 с.</p> <p>6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). – 2020. – С.192-205.</p>  | бути запропоновані у результаті проведення маркетингового аудиту?  |       |
|  | <p><b>Тема 7: Аудит маркетингової товарної політики</b></p> <p>Аудит товарної політики як складова ефективного маркетингу. Оцінювання потенціалу товарної політики підприємства.</p> | лекція | <p>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтеховіч Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. – 2022. – с. 24 – 30. Режим доступу: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></p> <p>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. – 2021. – С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></p> <p>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. - 450 с.</p> <p>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ</p> | Завдання для самооцінювання:   | 3 год |
|  |  |        |  | <p>1. У чому полягає основний зміст товарної політики підприємства?</p> <p>2. Які Ви знаєте методи визначення ринкових характеристик товару?</p> <p>3. Як здійснюють оцінювання якості продукції та її відповідності вимогам ринку?</p> <p>4. У чому особливість аналізу конкурентоспроможності товару?</p> <p>5. Назвіть визначальні чинники оцінки іміджу товару.</p> <p>6. Які методи оцінювання товарних запасів Ви знаєте?</p> <p>7. У чому полягає</p> |       |

|  |  |        |   |  |   |       |
|--|--|--------|---|--|---|-------|
|  |  |        | <p>імені Івана Франка, 2019. 228 с.</p> <p>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук.ред. проф. Є.Й.Майовця. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2016. - 262 с.</p> <p>6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). – 2020. – С.192-205.</p>  | маркетинговий аудит при створенні нового продукту? |   |       |
|  | <p><b>Тема 8: Маркетинговий аудит цінової політики підприємства</b></p> <p>Аудит цінової політики як інструмент підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства. Ціновий аналіз: зміст, особливості, методи. Ризик цінових рішень: зміст, проблеми оцінювання.</p> | лекція | <p>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтеховіч Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. – 2022. – с. 24 – 30. Режим доступу: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></p> <p>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. – 2021. – С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></p> <p>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч.посібник / Є.Й.Майовець. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2013. - 450 с.</p> <p>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</p> <p>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук.ред. проф. Є.Й.Майовця. – Львів: ЛНУ ім.Івана Франка, 2016. - 262 с.</p> | Завдання для самооцінювання:                       | <p>1. Окресліть завдання маркетингового аудиту цінової політики.</p> <p>2. Які особливості ціни в комплексі маркетингу підприємства?</p> <p>3. У чому полягає поняття еластичності попиту за ціною?</p> <p>4. Зазначте особливості маркетингового процесу ціноутворення.</p> <p>5. Як здійснюють діагностику чинників ціноутворення?</p> <p>6. У чому полягає аналіз цінових стратегій, методів і прийомів ціноутворення?</p> <p>7. Які особливості оцінювання ризику цінових рішень?</p> | 3 год |

|  |  |        |   |   |       |
|--|--|--------|---|---|-------|
|  |  |        | 6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). - 2020. - С.192-205.  |   |       |
|  | <p><b>Тема 9: Аудит маркетингової політики розподілу</b></p> <p>Аудит в процесі реалізації маркетингової політики розподілу. Визначення оптимальних каналів розподілу, їх аналіз та оцінювання. Оцінювання збутового потенціалу та визначення його конкурентних позицій. Збутові ризики: суть, оцінювання та можливості зменшення.</p> | лекція | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтехович Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. - 2022. - с. 24 - 30. Режим доступу: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></li> <li>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. - 2021. - С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></li> <li>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. - Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. - 450 с.</li> <li>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</li> <li>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук. ред. проф. Є.Й. Майовця. - Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. - 262 с.</li> <li>6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). - 2020. -</li> </ol> | Завдання для самооцінювання:  | 3 год |
|  |  |        |   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. У чому полягає маркетинговий аудит політики розподілу?</li> <li>2. Як здійснити оцінку оптимальності каналів розподілу?</li> <li>3. Які методи аналізу і контролю гуртової торгівлі Ви знаєте?</li> <li>4. Назвіть особливості проведення аудиту системи збуту.</li> <li>5. Як можна оцінити збутовий потенціал підприємства?</li> <li>6. У чому полягають збутові ризики?</li> </ol> |       |



|  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  | С.192-205.   |   |  |
|  | <p><b>Тема 10: Аудит маркетингової комунікаційної політики</b></p> <p>Аудит комунікаційної політики в системі бізнес-взаємодії. Ефективність рекламних зусиль: прогноз результатів і контроль. Аналіз ефективності роботи з громадськістю та стимулювання збуту. Оцінювання продуктивності персонального продажу та торговельного персоналу.</p> |  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дячков Д., Олійник А., Гончаренко А., Войтехович Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства // Агросвіт, - № 2. – 2022. – с. 24 – 30. Режим доступу: <a href="http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf">http://www.agrosvit.info/pdf/2_2022/5.pdf</a></li> <li>2. Калманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету, - № 3. – 2021. – С.182-185. Режим доступу: <a href="http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf">http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-28.pdf</a></li> <li>3. Маркетинг: Теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. - 450 с.</li> <li>4. Словник термінів з маркетингу / за ред. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.</li> <li>5. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія; за наук. ред. проф. Є.Й. Майовця. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. - 262 с.</li> <li>6. Янчук Т., Статкевич К. Вдосконалення технології маркетингового аудиту діяльності підприємства легкої промисловості // Економіка і організація управління. - № 3(39). – 2020. – С.192-205.</li> </ol> | <p>Завдання для самооцінювання:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. У чому полягає маркетинговий аудит політики комунікацій? Опишіть роль реклами, стимулювання збуту і пропаганди в маркетинговому комплексі?</li> <li>2. Назвіть основні методи розрахунку загального бюджету просування.</li> <li>3. Як здійснити оцінку рекламної кампанії?</li> <li>4. Які методи аналізу і контролю стимулювання збуту, особистого продажу та реклами Ви знаєте?</li> <li>5. Які риси є найважливішими для торгового агента?</li> <li>6. Які основні підходи до оцінки ефективності роботи торгових агентів Ви знаєте? У чому полягає їх суть?</li> </ol> |  |