



**АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ» -**  
*дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».*  
*Викладається кафедрою обліку і аудиту*

**1. Мета опанування дисципліни в контексті підготовки фахівців з маркетингу.**

Метою курсу «Економічний аналіз» є формування системи знань у сфері економічного аналізу, методики та організації його проведення, а також інформаційного забезпечення.

**2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:**

**ЗНАТИ:** систему показників, що характеризують використання ресурсів, величину витрат, фінансові результати та фінансовий стан підприємства; методику проведення аналізу фінансово-господарської діяльності та його організацію; основні підходи до побудови моделей для проведення факторного аналізу та пошуку резервів підвищення ефективності діяльності підприємства;

**ВМІТИ:** застосовувати одержані теоретичні знання в галузі економічного аналізу на практиці; проводити комплексний аналіз діяльності підприємства; використовувати бухгалтерські та статистичні форми звітності при розв'язанні практичних завдань; правильно проводити економічний аналіз господарської діяльності підприємства; складати аналітичні таблиці та робити аналітичні висновки, а також використовувати ці дані для прийняття управлінських рішень; аналізувати фінансову звітність і використовувати результати аналізу для прийняття управлінських рішень; завершувати аналіз ситуацій розробкою проекту управлінського рішення; виявляти доцільність додаткових витрат на збір і опрацювання аналітичної інформації; використовувати отримані знання при вивченні інших економічних дисциплін.

**3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:**

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
6. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
7. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
8. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
9. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
10. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
11. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

**4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії**

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь економічного аналізу для підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства в цілому. Опанування змісту навчальної дисципліни повинно сприяти розумінню сутності та інструментарію економічного аналізу, а також підвищенню ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

**5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:**

1. Предмет та види економічного аналізу
2. Метод і методика економічного аналізу.
3. Інформаційна база та організація економічного аналізу.
4. Аналіз виробництва продукції, робіт, послуг..
5. Аналіз попиту, стану ринку й обсягу реалізації продукції (робіт, послуг).
6. Аналіз виробничих ресурсів і організаційно-технічного рівня підприємства.
7. Аналіз витрат на виробництво та реалізацію продукції.
8. Аналіз фінансових результатів і рентабельності.
9. Аналіз фінансового стану підприємства.