



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ»

*дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу*

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні системи науково-теоретичних знань та практичних навичок з організації і проведення маркетингового аудиту, ознайомленні з методологічними та організаційними прийомами його використання в сучасних умовах маркетингової діяльності підприємств.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: теоретичні аспекти курсу «Маркетинговий аудит»; основи організації та методики маркетингового аудиту; методику маркетингового аудиту; методику маркетингового аудиту складових системи маркетингу.

ВМІТИ: проводити економічні розрахунки, які пов'язані з аналізом та аудитом системи маркетингу підприємства; застосовувати методику маркетингового аудиту товарної політики підприємства; застосовувати методику маркетингового аудиту збутової політики підприємства; застосовувати методику маркетингового аудиту комунікаційної політики підприємства.

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 теоретичних знань та практичних вмінь щодо реалізації інструментів маркетингового аудиту, ведення конкурентної боротьби та ефективної реалізації маркетингових стратегій.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Теоретичні аспекти маркетингового аудиту.
2. Основи організації та методики маркетингового аудиту.
3. Аудит середовища маркетингу.
4. Аудит стратегії маркетингу.
5. Аудит товарної політики підприємства.
6. Аудит цінової політики підприємства.
7. Аудит збутової політики підприємства.
8. Аудит комунікаційної політики підприємства.
9. Аудит організації та допоміжних систем маркетингу.
10. Аудит ефективності маркетингової діяльності.