Національний університет
водного господарства
та природокористування

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ»

1. Код: *ВС;*

2. Назва: *Маркетинговий аудит.*

3. Тип: *вибірковий*.

4. Рівень вищої освіти: *ІІ (магістерський).*

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: *5*.

6. Семестр, коли вивчається дисципліна:*10.*

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: *3,0.*

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: *Гонтаренко Н.А., канд. екон. наук, доцент*

9. Результати навчання. Після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним:

- *обґрунтовувати політику маркетингового аудиту;*
- *застосовувати принципи і правила проведення маркетингового аудиту;*
- *використовувати інструментарій маркетингового аудиту;*
- *проводити комплексний аудит маркетингової діяльності підприємства задля пошуку резервів удосконалення маркетингу підприємства.*

10. Форми організації занять: навчальне заняття, самостійна *робота, практична підготовка, поточний модульний контроль*.

11. Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:

«Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетинг послуг», «Маркетингове ціноутворення».

Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):

«Маркетинг», «Аудит», «Маркетинговий менеджмент».

12. Зміст курсу: *(перелік тем)*

Теоретичні аспекти маркетингового аудиту. Основи організації та методики маркетингового аудиту. Аудит середовища маркетингу. Аудит стратегії маркетингу. Аудит організації та допоміжних систем маркетингу. Аудит ефективності маркетингової діяльності. Аудит товарної політики підприємства. Аудит цінової політики підприємства. Аудит збутової політики підприємства. Аудит комунікаційної політики підприємства.

13. Рекомендовані навчальні видання: *(зазначити до 5 джерел)*

1. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит. Навчально - методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.:КНЕУ, 2007.- 224 с.

2. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник/ За заг.. ред.д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 928 с.

3. Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

4. Мальчик М.В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д; за редакцією Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с.

5. Маркетинговий аудит підприємства. Теорія і практика маркетингу в Україні: Монографія. /За наук. ред. д-ра екон. наук., проф.., акад. АПН України А.Ф. Павленка, – К.: КНЕУ, 2005. - 356 с.

14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:

16 год. лекцій, 14 год. практичних робіт, 78 год. самостійної роботи. Разом – 120 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження рольових ігор, кейс-методи, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів..

15. Форми та критерії оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль (40 балів): ***екзамен*** *тестовий в кінці 10 семестру.*

Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування.

16. Мова викладання: *українська, англійська.*

Завідувач кафедри,
д.е.н., професор *М.В.Мальчик*

Національний університет водного господарства та природокористування

DESCRIPTION OF THE EDUCATIONAL DISCIPLINE "MARKETING AUDIT"

1. Code: *CS;*

2. Title: *Marketing audit.*

3. Type: *selective*.

4. Higher education level: *the 2nd (Master's degree).*

5. Year of study when the discipline is offered: *5.*

6. Semester when the discipline is studied:*10.*

7. Number of established ECTS credits: *3,0.*

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position: *Gontarenko N.A., Candidate of Economic Sciences, senior lecturer*

9. Results of studies. After studying this discipline student should know how to:

- *justify the policies of the marketing audit;*
- *use principles and rules of performing the marketing audit;*
- *use instruments of the marketing audit;*
- *perform complex audit of the marketing activities of the company in order to find ways to improve marketing of such company.*

10. Forms of organizing classes: *training classes, independent work, practical training and current modular control*.

11. Disciplines preceding the study of the specified discipline:

"Marketing", "Marketing research", "Service marketing", "Market pricing".

Disciplines studied concurrently with the specified discipline (if necessary):

*"Marketing", "Audit", "*M*anagement in marketing".*

12. Course contents: *(list of subjects)*

Theory of the marketing audit. Fundamentals of organizing and methods of the marketing audit. Audit of the marketing environment. Audit of the marketing strategy. Audit of a company and additional systems of the marketing. Audit of the effectiveness of the marketing activities. Audit of the product policies of the company. Audit of the pricing policy of the company. Audit of the sales policy of the company. Audit of the communication policy of the company.

13. Recommended educational publications: *(specify up to 5 sources)*

1. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит. Навчально - методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.:КНЕУ, 2007.- 224 с.

2. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник/ За заг.. ред.д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 928 с.

3. Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

4. Мальчик М.В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика: Монографія / Мальчик М.В., Попко О.В., Гонтаренко Н.А., Толчанова З.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І., Мельник Т.Д; за редакцією Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2015. – 192 с.

5. Маркетинговий аудит підприємства. Теорія і практика маркетингу в Україні: Монографія. /За наук. ред. д-ра екон. наук., проф.., акад. АПН України А.Ф. Павленка, – К.: КНЕУ, 2005. - 356 с.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

16 hours of lectures, 14 hours of practical training, 78 hours of independent work. Total: 120 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of role-playing games, case methods, individual and group tasks for scientific research, use of the multimedia means.

15. Forms and criteria of evaluation:

Evaluation is performed in accordance with the one hundred point scale.

Final control (40 points): test ***exam*** *at the end of the 10 semester.*

Current control (60 points): written and oral tests.

16. Language of teaching: *Ukrainian, English.*

Head of the marketing department,
Doctor of Economic Sciences, professor *M. Malchyk*