



Національний університет  
водного господарства  
та природокористування

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет водного господарства  
та природокористування

Кафедра маркетингу

**06-13-134**

## **МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

до самостійного вивчення навчальної дисципліни  
«Маркетинговий аудит»  
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
денної і заочної форм навчання

Рекомендовано науково-методичною  
комісією зі спеціальності  
075 «Маркетинг»  
Протокол № 5 від 28 травня 2019 р.

Рівне – 2019



Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Маркетинговий аудит» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання / Мальчик М. В., Гонтаренко Н. А., Хоменчук Д. В. – Рівне : НУВГП, 2019. – 11 с.

Укладачі:

Мальчик М. В., завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор;  
Гонтаренко Н. А., доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент;  
Хоменчук Д. В., аспірант кафедри маркетингу.

Відповідальний за випуск: Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу.

## ЗМІСТ

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....	3
2. ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ .....	4
3. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ .....	6
4. ПИТАННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ У РОЗРІЗІ ТЕМ .....	6
5 ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ ТА ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ЇХ НАПИСАННЯ.....	8
6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА .....	10

© Мальчик М. В., Гонтаренко Н. А.,  
Хоменчук Д. В., 2019  
© НУВГП, 2019



## 1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Мета дисципліни «Маркетинговий аудит» – надати студентам науково-теоретичні знання та практичні навички з організації і проведення маркетингового аудиту, навчити методологічним та організаційним прийомам його використання за сучасних умов маркетингової діяльності підприємства. Це дасть змогу сформувати у студентів належні знання теорії маркетингового аудиту підприємства; оволодіти методологією маркетингового аудиту з метою інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності, зниження ймовірності й впливу комерційного ризику.

Завдання дисципліни «Маркетинговий аудит» – допомогти студентам набути вмінь і навичок здійснення самостійного комплексного аудиту маркетингової діяльності підприємства, а також реалізувати набуті знання в ході пошуку шляхів і резервів удосконалення маркетингу підприємства відповідно до результатів аудиту та постійно змінюваних ринкових умов.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент має знати: основні поняття теорії маркетингового аудиту; сутність політики маркетингового аудиту; принципи, правила і функції маркетингового аудиту; особливості політики маркетингового аудиту українських підприємств; сутність інструментарію маркетингового аудиту;

вміти: проводити комплексний аудит маркетингової діяльності підприємства; реалізувати набуті знання в ході пошуку шляхів і резервів удосконалення маркетингу підприємства відповідно до результатів аудиту та постійно змінюваних ринкових умов.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

1. Теорія та організація маркетингового аудиту.
2. Методика маркетингового аудиту.
3. Аудит складових маркетингу.

Метою методичних вказівок є допомогти студентам спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання у самостійному вивченні під керівництвом викладача дисципліни «Маркетинговий аудит».



Методичні вказівки містять теми і питання до лекційних занять за змістовими модулями, тематику рефератів, рекомендовану літературу за темами й питання для контролю знань студентів.

Методичні вказівки відповідають вимогам ECTS (European Credit Transfer System). Вони призначені для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг».

## **2. ТЕМАТИЧНИЙ ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Згідно з навчальною та робочою програмами до складу дисципліни «Маркетинговий аудит» входять теми, об'єднані у три змістові модулі:

### *Змістовий модуль 1.*

#### **ТЕОРІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ**

##### *Тема 1. Теоретичні аспекти маркетингового аудиту.*

Сутність та зміст маркетингового аудиту. Класифікація видів та вимоги до маркетингового аудиту. Понятійний апарат та методи маркетингового аудиту.

Рекомендована література до теми 1: 1-5,12.

##### *Тема 2. Основи організації та методики маркетингового аудиту.*

Етапи маркетингового аудиту. Планування маркетингового аудиту. Інформація для проведення маркетингового аудиту та джерела її отримання. Виконавці маркетингового аудиту. Документальне оформлення результатів аудиторської перевірки маркетингової діяльності підприємства.

Рекомендована література до теми 2: 1-5.

### *Змістовий модуль 2.*

#### **МЕТОДИКА МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ**

##### *Тема 3. Аудит середовища маркетингу.*

Сутність аудиту маркетингового середовища підприємства. Методика аудиту маркетингового середовища підприємства. Основні методи аудиту маркетингового середовища маркетингу.

Рекомендована література до теми 3: 1-5,7,12.

##### *Тема 4. Аудит стратегії маркетингу.*

Сутність аудиту стратегії маркетингу. Методика аудиту стратегії маркетингу на основі концепції життєвого циклу підприємства.

Моделі прийняття рішень за результатами аудиту стратегії маркетингу.

Рекомендована література до теми 4: 1-5,10,12,14.

*Тема 5. Аудит організації та допоміжних систем маркетингу.*

Сутність та методика аудиту організації маркетингу на підприємстві. Сутність та методика аудиту системи формування маркетингової інформації. Сутність та методика аудиту системи маркетингового планування. Сутність та методика аудиту системи маркетингового контролю.

Рекомендована література до теми 5: 1-5,14.

*Тема 6. Аудит ефективності маркетингової діяльності.*

Аудиторське оцінювання прибутковості діяльності підприємства. Сутність та методика аудиту частки ринку підприємства. Сутність та методика аудиту лояльності споживачів.

Рекомендована література до теми 6: 1-5,14.

*Змістовий модуль 3.*

### АУДИТ СКЛАДОВИХ МАРКЕТИНГУ

*Тема 7. Аудит товарної політики підприємства.*

Сутність аудиту складових маркетингу та товарної політики підприємства. Методи оцінки якості та конкурентоспроможності товарів підприємства. Бренд-аудит, аудит асортименту й розробки нових товарів.

Рекомендована література до теми 7: 1-5,14.

*Тема 8. Аудит цінової політики підприємства.*

Сутність аудиту цінової політики підприємства. Аудит цінових знижок.

Рекомендована література до теми 8: 1-5,14.

*Тема 9. Аудит збутової політики підприємства.*

Сутність аудиту збутової політики підприємства. Аудит управління товарними запасами. ABC-XYZ аналіз. Аудит та оцінка збутового потенціалу підприємства.

Рекомендована література до теми 9: 1-5, 6,14.

*Тема 10. Аудит комунікаційної політики підприємства.*

Сутність аудиту комунікаційної політики підприємства. Методи аудиту й оцінки складових комунікаційної політики підприємства. Маркетинговий аудит веб-сайту підприємства.

Рекомендована література до теми 10: 1-5,9,14.



### **3. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни «Маркетинговий аудит» проводиться в письмовій формі. Контрольні завдання за змістовим модулем включають тестові теоретичні й практичні завдання.

Оцінювання результатів самостійної роботи (домашніх і аудиторних самостійних завдань студента) здійснюється за такими критеріями:

1. Розрахункові завдання (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0 % – завдання не виконано; 40 % – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру; 60 % – завдання виконано повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці; 80 % – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення); 100 % – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

2. Ситуаційні вправи, конкретні ситуації та інші завдання творчого характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа): 0 % – завдання не виконано; 40 % – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало; 60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог; 80 % – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки несистемного характеру; 100 % – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

### **4. ПИТАННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ У РОЗРІЗІ ТЕМ**

*Тема 1. Теоретичні аспекти маркетингового аудиту.*

1. Сутність та зміст маркетингового аудиту.
2. Види маркетингового аудиту.
3. Вимоги до маркетингового аудиту.
4. Методи маркетингового аудиту.



*Тема 2. Основи організації та методики маркетингового аудиту.*

5. Етапи маркетингового аудиту.
6. Планування маркетингового аудиту.
7. Інформація для проведення маркетингового аудиту та джерела її отримання.
8. Виконавці маркетингового аудиту.
9. Документальне оформлення результатів аудиторської перевірки маркетингової діяльності підприємства.

*Тема 3. Аудит середовища маркетингу.*

10. Сутність аудиту маркетингового середовища підприємства.
11. Методика аудиту маркетингового середовища підприємства.
12. Основні методи аудиту маркетингового середовища маркетингу.

*Тема 4. Аудит стратегії маркетингу.*

13. Сутність аудиту стратегії маркетингу.
14. Методика аудиту стратегії маркетингу на основі концепції життєвого циклу підприємства.
15. Моделі прийняття рішень за результатами аудиту стратегії маркетингу.

*Тема 5. Аудит організації та допоміжних систем маркетингу.*

16. Сутність та методика аудиту організації маркетингу на підприємстві.
17. Сутність та методика аудиту системи формування маркетингової інформації.
18. Сутність та методика аудиту системи маркетингового планування.
19. Сутність та методика аудиту системи маркетингового контролю.

*Тема 6. Аудит ефективності маркетингової діяльності.*

20. Аудиторське оцінювання прибутковості діяльності підприємства.
21. Сутність та методика аудиту частки ринку підприємства.
22. Сутність та методика аудиту лояльності споживачів.

*Тема 7. Аудит товарної політики підприємства.*

23. Сутність аудиту складових маркетингу та товарної політики підприємства.
24. Методи оцінки якості та конкурентоспроможності товарів підприємства.



25. Бренд-аудит.
26. Аудит асортименту й розробки нових товарів.  
*Тема 8. Аудит цінової політики підприємства.*
27. Сутність аудиту цінової політики підприємства.
28. Аудит цінових знижок  
*Тема 9. Аудит збутової політики підприємства.*
29. Сутність аудиту збутової політики підприємства.
30. Аудит управління товарними запасами.
31. ABC-XYZ аналіз.
32. Аудит та оцінка збутового потенціалу підприємства.  
*Тема 10. Аудит комунікаційної політики підприємства.*
33. Сутність аудиту комунікаційної політики підприємства.
34. Методи аудиту й оцінки складових комунікаційної політики підприємства.
35. Маркетинговий аудит веб-сайту підприємства.

## 5 ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВ ТА ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ЇХ НАПИСАННЯ

### *Тематика рефератів*

1. Планування маркетингового аудиту.
2. Документальне оформлення результатів аудиторської перевірки маркетингової діяльності підприємства.
3. Аудит маркетингового середовища підприємства.
4. Основні методи аудиту середовища маркетингу.
5. Аудит стратегії маркетингу.
6. Методика аудиту стратегії маркетингу на основі концепції життєвого циклу підприємства.
7. Моделі прийняття рішень за результатами аудиту стратегії маркетингу.
8. Сутність та методика аудиту організації маркетингу на підприємстві.
9. Сутність та методика аудиту системи формування маркетингової інформації.
10. Сутність та методика аудиту системи маркетингового планування.
11. Аудиторське оцінювання прибутковості діяльності підприємства.
12. Сутність та методика аудиту частки ринку підприємства.





13. Сутність та методика аудиту лояльності споживачів.

14. Сутність аудиту складових маркетингу та товарної політики підприємства.

15. Методи оцінки якості та конкурентоспроможності товарів підприємства.

16. Бренд-аудит.

17. Аудит асортименту й розробки нових товарів.

18. Аудит цінової політики підприємства.

19. Аудит цінових знижок

20. Аудит збутової політики підприємства.

21. Аудит управління товарними запасами.

22. ABC-XYZ аналіз.

23. Аудит та оцінка збутового потенціалу підприємства.

24. Аудит комунікаційної політики підприємства.

25. Аудит складових комунікаційної політики підприємства.

26. Маркетинговий аудит веб-сайту підприємства.

27. Інша тема (за домовленістю з викладачем).

#### *Вимоги до написання рефератів*

Тема реферату обирається студентом індивідуально. Вибір однакової теми реферату в рамках однієї академічної групи не допускається. Цей процес контролюється викладачем шляхом узгодження заяви студента.

Вимоги до оформлення рефератів типові. Обов'язкова наявність титульного аркушу із зазначенням обраної теми та її номеру, переліку використаної літератури. Необхідним під час написання реферату є використання актуальної бібліографії та вітчизняної наукової думки щодо поставлених проблем.

На відміну від індивідуального завдання, реферат ставить на меті реалізацію не практичного, а теоретико-методологічного аспектів курсу. Загальний рекомендований обсяг реферату — 25 сторінок формату А4. Кращі реферати захищаються перед студентською аудиторією; оцінки за такі реферати враховуються при визначенні підсумкової оцінки поточно-модульного контролю.



## 6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### *Базова*

1. Балабанова Л. В., Балабаниць А. В. Маркетинговий аудит системи збуту : навчальний посібник. К. : ВД «Професіонал», 2004. 224 с.

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

3. Корягіна С. В. Маркетинговий аудит : навч. посібник / С. В. Корягіна, М. В. Корягін. Львів. комерц. акад. К. : Центр учбової літератури, 2014. 320 с.

4. Корягіна, С. В. Маркетинговий аудит : навч. посібник / С. В. Корягіна, М. В. Корягін. URL: [http://culonline.com.ua/Books/Market\\_audit\\_Koryagina.pdf](http://culonline.com.ua/Books/Market_audit_Koryagina.pdf).

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.

### *Допоміжна*

6. Балабанова Л. В. Маркетинговий аудит системи збуту : навчальний посібник / Л. В. Балабанова, А. А. Балабанець. К. : ВД «Професіоналі», 2004. 224 с.

7. Заремба П. О. Аналіз маркетингового середовища підприємств м'ясопереробної промисловості України. URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vznu/eco/2010\\_4/022-27.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vznu/eco/2010_4/022-27.pdf)

8. Зайцева Т. Ю. «Критические точки» аудита маркетинга предприятия. URL: [http://www.marketing.spb.ru/lib-special/case/m\\_audit.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-special/case/m_audit.htm).

9. Корягіна С. В. Маркетинговий аудит як засіб підвищення ефективності вебсайту / С. В. Корягіна, О. В. Романчак. Тези доповідей VIII міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. 596 с. С. 266-268.

10. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : навч. посібник. К. : КНЕУ, 1998. 152 с.

11. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Перев. с англ. Под ред. В. Б. Колчанова. СПб. : Питер, 2004. 800 с. : ил. (Серия «Классика «МВА»).



12. Маркетинг : навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, О. В. Попко, З. О. Толчанова, Б. О. Король, О. В. Мартинюк, С. І. Коваль ; за ред. М. В. Мальчик. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.

13. Маркетинговий менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. К. : Видавництво „Хімджест”, 2008. 720 с.

14. Уилсон Обри. Аудит маркетинга / пер. с англ. Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2003. 368 с.

*Інформаційні ресурси*

1. Законодавство України. URL: [http:// www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua) .

2. Електронна бібліотека <http://mmlib.net/>.

3. Наукова бібліотека НУВГП. URL: [http://nuwm.edu.ua/MySQL/page lib.php](http://nuwm.edu.ua/MySQL/page_lib.php).

4. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuu.gov.ua>.

5. Рівненська державна обласна бібліотека <http://www.lib.rv.ua/>.

6. Українська асоціація маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.

7. Цифровий репозиторій НУВГП. . URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua/>

*Періодичні видання та інші джерела*

8. Журнал «Маркетинг в Україні».

9. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом».