

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ**

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 3 від “ 23” листопада 2023 р.

м. Івано-Франківськ – 2023 р.

## 1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетинговий аудит
Викладач (і)	Д.е.н., проф. Благун Іван Іванович
Контактний телефон викладача	0996312526
E-mail викладача	ivan.i.blahun@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний/заочний
Обсяг дисципліни	6 кредитів ЄКТС, 180 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	<a href="http://www.d-learn.pu.if.ua">http://www.d-learn.pu.if.ua</a>
Консультації	<a href="#">Графік консультацій – Кафедра менеджменту і маркетингу (pnu.edu.ua)</a>

## 2. Анотація до навчальної дисципліни

Предметом вивчення навчальної дисципліни є науково-методичні проблеми маркетингового аудиту підприємства, умови його розвитку та практичного застосування.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових блоків:

1. Теорія, організація та методика маркетингового аудиту.
2. Аудит складових маркетингу

## 3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Метою дисципліни є формування у студентів системи знань про сутність маркетингового аудиту, його цілі, завдання та основні методи, використання його прийомів та інструментів у діяльності різних організацій і підприємств.

Основними цілями вивчення дисципліни є теоретична й практична підготовка студентів щодо організації робіт із проведення маркетингового аудиту на підприємстві.

Відповідно до вимог освітньої програми студенти повинні:

знати:

- сучасні проблеми маркетингового аудиту;
- сутність маркетингового аудиту;
- основні поняття маркетингового аудиту;
- принципи, правила і функції маркетингового аудиту;
- методологія маркетингового аудиту;
- методику аудиту маркетингового середовища підприємства;
- методику проведення маркетингового аудиту товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємства;
- моделі прийняття рішень за результатами аудиту стратегії маркетингу;
- особливості та методику аудиту системи маркетингового планування та контролю;
- сутність методики проведенні аудиту складових маркетингу;
- технології проведення маркетингового аналізу;
- маркетингові інструменти в оцінюванні результатів діяльності підприємства.

## 4. Програмні компетентності та результати навчання

Програмні компетентності:

### Програмні компетентності

**ПК.** Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

**ЗК3.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

**ЗК5.** Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

**ЗК6.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

**ЗК7.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**ЗК8.** Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

**ЗК11.** Здатність працювати в команді.

**ЗК14.** Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

**СК 3.** Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

**СК 5.** Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

**СК 6.** Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

**СК 7.** Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

**СК 12.** Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

**СК 14.** Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

### Програмні результати навчання

**ПРН 4.** Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

**ПРН 5.** Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

**ПРН 12.** Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

**ПРН 13.** Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

## 5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	18
семінарські заняття / практичні / лабораторні	16
самостійна робота	56

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
5	075 Маркетинг	3	вибірковий

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Сутність, складові та основні категорії маркетингового аудиту	2	1	6
Тема 2. Способи та організаційні форми реалізації маркетинг-аудиту	2	1	6
Тема 3. Методологічні підходи до планування та проведення маркетингового аудиту	2	1	4
Тема 4. Аудит середовища маркетингу	2	1	6
Тема 5. Аудит стратегії маркетингу	2	2	4
Тема 6. Аудит організації та ефективності маркетингової діяльності	2	1	6
Тема 7. Маркетинговий аудит товарів та послуг	2	2	4
Тема 8. Аудит цінової політики підприємства	1	1	6
Тема 9. Аудит збутової політики підприємства	1	2	4
Тема 10. Аудит комунікаційної політики підприємства	1	1	6
Тема 11. Підсумкові документи маркетингового аудиту та їх оформлення	1	2	4
ЗАГ.:	18	16	56

## 6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	<p>Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні та семінарські заняття. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.</p> <p>Оцінка студента формується таким чином:</p> <p>Екзамен (100 балів):</p> <p>50 балів – екзаменаційна робота</p> <p>10 балів – Індивідуальне завдання</p> <p>10 балів – Контроль самостійної роботи (тестування)</p> <p>30 балів – Поточні оцінки</p>
---	--

Вимоги до письмових робіт	Поточні оцінки 2, 3, 4, 5, які можуть отримати під час семінарських занять сумуються і розраховується середнє арифметичне (із заокругленням до десятих). Середній бал за поточний контроль переводиться у 30 бальну шкалу. Неформальна освіта може бути зарахована в розрізі однієї з тем (або декількох тем). Врахування неформальної освіти відбувається в разі відповідності назви диплома чи сертифікати про неформальну освіту з назвою теми дисципліни (або тем дисципліни).
Семінарські заняття	Студент опрацьовує питання, що призначенні для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (дві спроби – кращий результат). Максимальна кількість балів за тестування становить 10 балів.
Умови допуску до підсумкового контролю	Студент повинен набрати не менше 25 балів у сумі за три змістові блоки: Поточний контроль (1-30 балів). Самостійна робота (1-10 балів). Індивідуальне завдання (1-10 балів).
Підсумковий контроль	Підсумковий контроль – Екзамен. Підсумковий бал виставляється на останньому практичному занятті. Система оцінювання сформована так, щоб студент виконав у певні мірі кожен вид завдань. Бал за завдання можна отримати у дистанційній формі (у разі дії карантинних/військових обмежень (перебуваючи на індивідуальному графіку навчання).

## 7. Політика навчальної дисципліни

<p><b>Письмові роботи:</b> Письмові роботи ( у т.ч. контрольні, самостійні роботи; індивідуальні, творчі завдання), повинні бути підготовлені самостійно та демонструвати результати власних досягнень студента.</p> <p><b>Академічна доброчесність:</b> Процес вивчення навчальної дисципліни відповідає принципу академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету: <a href="http://pnu.edu.ua">Академічна доброчесність – Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (pnu.edu.ua)</a></p> <p><b>Відвідування занять:</b> Відвідування занять є обов'язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом. Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується</p>
--

[02-07.27-Положення-про-порядок-організації.pdf \(pnu.edu.ua\)](#)

**Неформальна освіта:**

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується [neformalna-osvita.pdf \(pnu.edu.ua\)](#)

## 8. Рекомендована література

1. Чміль, Ганна, and Ганна Верзілова. "Теоретичні аспекти організації аудиту маркетингу на торговельному підприємстві." Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації 1 (2020): 89-97.
2. Правдюк, Н. Л., М. С. Колісник, О. І. Хома. "Маркетинговий аудит як спосіб оцінки ефективності збутової діяльності підприємства." (2024).
3. Літинська, В. А. "Особливості маркетингового аудиту за сучасних умов." (2023)..
4. Dharma, I. Gusti Ngurah Satya, I. B. A. Yasa, A. A. P. Suardani. "Management Audit As A Basis To Assess The Efficiency And Effectiveness Of Marketing Function At The Inaya Putri Bali Hotel." Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance, and Tax 3.2 (2020): 125-130..
5. Xiao, Tusheng, Chunxiao Geng, and Chun Yuan. "How audit effort affects audit quality: An audit process and audit output perspective." China Journal of Accounting Research 13.1 (2020): 109-127.
6. Романчик, Тетяна, Світлана Васильцова. "Маркетинговий аудит рекламної діяльності на зовнішньому ринку." Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"(економічні науки) 2 (2023): 59-62.
7. Правдюк, Н. Л., М. С. Колісник, О. І. Хома. "Маркетинговий аудит як спосіб оцінки ефективності збутової діяльності підприємства." (2024).
8. Літинська, В. А. "Особливості маркетингового аудиту за сучасних умов." (2023).
9. Яковенко, С. Л., Н. М. Бабко. "Особливості маркетингового аудиту." (2022).
10. Кучіна, Світлана Едуардівна, Марія Володимирівна Мірошник. Планування маркетингового аудиту. Diss. 2020..

**Викладач  
Іван БЛАГУН**