

МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ

Кафедра маркетингу
Факультет економіки і підприємництва

Анотація:

Мета курсу (інтегральна компетентність) – формування у здобувачів вищої освіти здатності організовувати та проводити маркетинговий аудит на основі методологічним та організаційним прийомам його використання за сучасних умов маркетингової діяльності підприємства.

Цілі курсу (програмні компетентності):

- сформувані у здобувачів вищої освіти належні знання теорії маркетингового аудиту підприємства;
- оволодіння здобувачами методологією маркетингового аудиту з метою інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингових операцій, зниження ймовірності й впливу комерційного ризику;
- здатність використовувати набуті вміння і навички для здійснення самостійного комплексного аудиту маркетингової діяльності підприємства, реалізувати набуті знання в ході пошуку шляхів і резервів удосконалення маркетингу підприємства відповідно до результатів аудиту та постійно змінюваних ринкових умов.

Програмні результати навчання:

- розуміти основні теоретичні засади маркетингового аудиту підприємств у системі передумов ринкової діяльності;
- застосовувати методологію маркетингового аудиту в контексті інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингових операцій з метою мінімізації комерційного ризику;
- самостійно проводити комплексний маркетинговий аудит, як маркетингової діяльності підприємства в цілому так і окремих її складових;
- вміти генерувати пропозиції щодо напрямів удосконалення маркетингової діяльності підприємства виходячи із результатів проведеного аудиту.

Короткий зміст курсу:

Маркетинговий аудит у системі передумов ринкової діяльності підприємства. Основи організації та методики маркетингового аудиту. Аудиторська перевірка маркетингового середовища. Аудит товарної політики підприємства. Аудит цінової політики підприємства. Аудит збутової політики підприємства. Аудит комунікаційної політики підприємства.