

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Маркетинговий аналіз»

на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	3 курс, 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	Бакалавр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Карпенко Наталія Володимирівна
д.е.н., професор
професор кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-57
Електронна адреса	knataliya54@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.marketing.puet.edu.ua/ он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Метою викладання навчальної дисципліни є формування розуміння аналітичних методів оцінки маркетингової діяльності підприємства в умовах ринкового середовища.
Тривалість	5 кредитів ЄКТС/150 годин (лекції 20 год., практичні заняття 40 год., самостійна робота 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії та виїзні, самостійна робота поза розкладом Інструктування, сторітелінг, інфографіка, творчі роботи, узагальнення і систематизації знань, частково-пошукові, генерації ідей, симуляційні, дискусійні, проблемно-рольові
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: екзамен
Базові знання	Наявність широких знань із застосування сучасних технологій у маркетинговій діяльності.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПР19. Використовувати набуті маркетингові навички для розвитку підприємств малого та середнього бізнесу.	ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. СК15. Здатність планування та провадження маркетингової діяльності підприємств малого та середнього бізнесу в умовах невизначеності.

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Сутність маркетингового аналізу. Маркетинговий аналіз в діяльності підприємств		
Тема 1. Комплексне дослідження ринку й маркетинговий стратегічний аналіз	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Сутність маркетингового аналізу Завдання і принципи маркетингового аналізу Предмет маркетингового аналізу Види маркетингового аналізу
Тема 2. Маркетинговий стратегічний аналіз галузі.	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Інформаційна база маркетингового аналізу Етапність проведення маркетингового аналізу Характеристика прийомів маркетингового аналізу Організація маркетингового аналізу
Тема 3. Аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища (SWOT-аналіз).	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	SWOT-аналіз GETS – аналіз
Тема 4. Маркетинговий аналіз життєвого циклу товару	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Вибір маркетингової стратегії, рішення щодо розвитку товару, фінансові витрати і надходження підприємства залежно від фази життєвого циклу товару
Тема 5. Маркетинговий аналіз формування асортименту на підприємстві (ABC-аналіз)	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Оптимізація номенклатури товарів. Виділення ключових постачальників, підрядників, клієнтів. Підвищення ефективності організації складських запасів. Оптимізація виробничого процесу. Бюджетування і управління маркетинговими витратами
Тема 6. Стратегічний аналіз конкурентних позицій підприємства (модель BCG)	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Збільшення частки ринку Збереження частки ринку Збирання врожаю Ліквідація бізнесу
Тема 7. Бенчмаркетинговий аналіз бізнес процесів	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Промисловий шпіонаж Конкурентна розвідка Еталонне порівняння
Модуль 2. Маркетинговий аудит можливостей підприємства на ринку		
Тема 8. Маркетинговий аудит у системі управління підприємством	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Види маркетингового аудиту Планування маркетингового аудиту
Тема 9. Аудит маркетингового середовища підприємства	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Об'єкти аудиту маркетингового середовища підприємства Методи проведення маркетингового аудиту

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
	проекти	
Тема 10. Маркетинговий аудит товарної політики підприємства	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Товарні запаси: суть і методи оцінювання. Маркетинговий аудит ризику незапитаної продукції. Аудит видів, методів й організаційної структури сервісу.
Тема 11. Маркетинговий аудит цінової політики підприємства	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Вивчення чинників чутливості споживачів до ціни. Оцінювання базисного рівня ціни товару
Тема 12. Маркетинговий аудит політики розподілу підприємства	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Умови доцільності застосування форм товароруху Виявлення альтернативних систем розподілу Розробка стратегій комунікацій в каналі розподілу
Тема 13. Маркетинговий аудит комунікаційної політики підприємства	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Показники ефективності елементів комунікаційної політики підприємства
Тема 14. Маркетинговий аудит можливостей підприємства	Відвідування занять; захист індивідуальних завдань; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; вирішення кейсів, практичних задач; поточні модульні роботи, творчі проекти	Поняття та формування стратегії підприємства Моделі прийняття стратегічних рішень в процесі маркетингового аудиту

Інформаційні джерела

- Blockab J. Private Equity Investment Criteria: an Experimental Conjoint Analysis of Venture Capital, Business Angels, and Family Offices / J.Blockab, C.Fischab, S.Vismaracd, R. Andresa // Journal of Corporate Finance. – 2019. – № 58. – P.329–352.
- Kotler Ph. Marketing Management: Analysis, Planning, and Control. Englewood Cliffs, N.J. Prentice Hal, Inc., 1967. 628 р.
- Nataliya Karpenko. Modelling Decision Making under Uncertainty for Strategic Forecasting / Oleksiy Korepanov, Sergey Mekhovich, Nataliya Karpenko, Olha Kryvytska, Andrii Kovalskyi, Roman Karpenko // International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277-3878, Volume-8 Issue-3, September 2019 - Scopus. Режим доступу: <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v8i3/C6312098319.pdf>
- Абрамович І. А., Воловик Д. В. Маркетингова діяльність підприємства та контроль за її реалізацією. Агросвіт. 2020. № 10. С. 52-56.
- Адель Світвуд - «Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними» – К.: Наш Формат, 2019. – 152 с.
- Бабух, І. (2021). СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ. *Економіка та суспільство*, (28). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-21>
- Єпіфанова І. М. Маркетинговий аудит : сутність та механізм реалізації. Маркетинг і цифрові технології. 2020. Том 4. № 4. С. 70-81.
- Зоріна О. І., Нескуба Т. В., Мкртчян О. М. Маркетинговоекономічний аналіз: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 65 с. <https://bit.ly/3CsMX3l>
- Кабайлова С.В. Аналіз маркетингових можливостей підприємства / Н.В. Карпенко, С.В. Кабайлова // Збірник наукових статей магістрів. Факультет товарознавства, торгівлі та маркетингу. Факультет харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – Ч 1. – с.142-147. Режим доступу: <https://cutt.ly/JMb59AA>

9. Карпенко Н.В. Сучасний маркетинг: особливості, тенденції та виклики / Н. В. Карпенко // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 : монографія / за науковою редакцією Н. В. Карпенко). - Полтава : ПУЕТ, 2021. - с. 40 - 69. (Загальний обсяг 17,2 умовно друкованих аркушів / 1,5 авторських аркушів на автора) <https://bit.ly/3Bdivd4>
10. Пилипчук В. П. Маркетинговий аналіз та оцінка ефективності продажу [Електронний ресурс] / В. П. Пилипчук, О. В. Данніков // Бізнес Інформ. – 2016. – № 3. – С. 291–296. – Режим доступу: http://business-inform.net/export_pdf/business-inform-2016-3_0-pages-291_296.pdf

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

1. Пакет програмних продуктів Microsoft Office, SPSS Statistics .

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

Політика оцінювання здобувачів вищої освіти. Завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Положення про організацію освітнього процесу <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu.pdf>

Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyuvannya.pdf

Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poryadok-likvidacziyi-zdobuvachamy-vyshhoyi-osvity-akademichnoyi-zaborgovanosti.pdf> .

Положення про повторне навчання https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-povt-navch.pdf

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.

Політика щодо академічної доброчесності. Списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття. В ПУЕТ діють:

Кодекс честі студента https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_studenta.pdf .

Положення про академічну доброчесність https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrochesnist.pdf

Положення про запобігання випадків академічного плагіату <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannyavyppadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf> .

Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:

Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf .

Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf

Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf>; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) <https://puet.edu.ua/neformalna-osvita/>.

Політика вирішення конфліктних ситуацій:

Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravyla-vyrishennya-konfliktnyh-sytuacij-u-puet.pdf>

Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-apel_pidscontr.pdf f

уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupcii/>

Політика підтримки учасників освітнього процесу:

Психологічна служба: <http://puet.edu.ua/psychologichna-pidtrymka-v-puet/> .

Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ <http://puet.edu.ua/other-divisions/studentyky-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet/>

Уповноважений з прав корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupcii/>

Безпека освітнього середовища: Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» <http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyvediyalnosti/>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-7): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	30
Модуль 2 (теми 8-14): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	30
Підсумковий контроль: екзамен	40
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни