

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління і адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право)
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг (D5 Маркетинг)
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший (бакалаврський)
ФАКУЛЬТЕТ	Економічний

Аналіз господарської діяльності. Робоча програма з навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти економічного факультету спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг), перший (бакалаврський) рівень вищої освіти / Укладач: Л.М. Сатир. Біла Церква: БНАУ, 2025. с. 18

Укладач: д-р екон. наук, професор Сатир Л.М.

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

(Протокол № 10 від 06 червня 2025 р.)

Завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,

д-р екон. наук, професор  Лариса САТИР

Гарант ОП «Маркетинг»,

канд. екон. наук, доцент  Ірина ГЕРАСИМЕНКО

Схвалено групою зі змісту та якості освіти економічного факультету
(Протокол № 6 від 26.06.2025 р.)

Голова групи зі змісту та якості освіти економічного факультету,

д-р екон. наук, професор  Ігор ПАСКА

ЗМІСТ

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ	5
3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ (D5 МАРКЕТИНГ)	5
4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	6
5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»	6
6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
7.1. Лекції	7
7.2. Практичні заняття	9
7.3. Самостійна робота	10
7.4. Орієнтовна тематика індивідуальних та групових завдань	13
8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	14
9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	14
10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	15
11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	15
12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ	17
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	17

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Згідно з навчальним планом на 2025–2026 навчальний рік, на вивчення дисципліни «Аналіз господарської діяльності» для денної форми навчання виділено 150 академічних годин (5 кредитів ECTS), у т.ч. аудиторних – 56 годин (лекції – 28, практичні заняття – 28), самостійна робота студентів – 94 години.

Опис навчальної дисципліни за показниками та формами навчання наведено в таблиці:

Найменування показників	Шифр та найменування галузі знань, спеціальності, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів, відповідних ECTS – 5	Галузь знань 07 Управління і адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право)	Обов'язкова	
Змістових модулів – 2	спеціальність 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)	4-й	5-й
Індивідуальне навчально-дослідне завдання – розрахункове		Семестр	
Загальна кількість академічних годин – 150		8-й	10-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 6,7		Лекції	
	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	28 год.	6 год.
		Практичні	
		Самостійна робота	
		94 год.	138 год.
		Підсумковий контроль: іспит	

Метою вивчення дисципліни: є набуття здобувачами вищої освіти знань, умінь і навичок щодо отримання спеціальних знань з економічного аналізу господарської діяльності суб'єктів підприємництва різних галузей національної економіки, оволодіння організацією і методикою економічного аналізу, формування умінь використовувати теоретичні знання у практичній діяльності, виходячи з концептуальних основ ринкового середовища.

Студенти набувають здатності використовувати сучасні методи та інструменти аналізу господарської діяльності для діагностики бізнес-середовища і розробки стратегічних рекомендацій щодо вдосконалення господарської діяльності підприємства.

2. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Обов'язкова навчальна дисципліна «Аналіз господарської діяльності» базується на знаннях таких дисциплін як: «Економічна теорія», «Вища математика», «Мікро- та макроекономіка», «Статистика», «Менеджмент», «Маркетинг».

3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВИТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ (D5 МАРКЕТИНГ)

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК15. Здатність враховувати засади сталого маркетингу.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

СК15. Здатність обґрунтовувати відповідні методи та маркетинговий інструментарій із урахуванням принципів сталого розвитку задля формування та посилення конкурентних переваг підприємств агробізнесу на цільових сегментах ринку.

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P19. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування маркетингових управлінських рішень на підприємствах агробізнесу із урахуванням принципів сталого розвитку

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи аналізу господарської діяльності підприємств

Тема 1.1. Наукові основи аналізу господарської діяльності підприємства

Тема 1.2. Принципи та види аналізу господарської діяльності підприємства

Тема 1.3. Інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності та особливості його організації

Тема 1.4. Метод та методика аналізу господарської діяльності підприємства

Тема 1.5. Методичні прийоми аналітичних досліджень

Змістовий модуль 2. Методичні основи аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства

Тема 2.1. Аналіз маркетингової діяльності підприємства

Тема 2.2. Аналіз використання земельних ресурсів

Тема 2.3. Аналіз витрат виробництва

Тема 2.4. Аналіз використання трудових ресурсів і витрат на оплату праці

Тема 2.5. Аналіз виробничих ресурсів підприємства

Тема 2.6. Аналіз фінансового стану підприємства

Тема 2.7. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства

6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістові модулі та теми	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	всього	у тому числі					всього	у тому числі				
		л	п	лб	інд	СРС		л	п	лб	інд	СРС
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи аналізу господарської діяльності підприємств												
Тема 1.1	8	2	2			4	6					6
Тема 1.2	8	2	2			4	6					6
Тема 1.3	8	2	2			4	10					10
Тема 1.4	16	4	4			8	15	1				14
Тема 1.5	18	4	4			10	18	2	2			14
<i>Разом за модуль 1</i>	58	14	14			30	55	3	2			50
Змістовий модуль 2. Методичні основи аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства												
Тема 2.1	12	2	2		4	10	11	1			4	14
Тема 2.2	12	2	2		4	4	10				4	6
Тема 2.3	12	2	2		4	4	11		1		4	6
Тема 2.4	12	2	2		4	4	11		1		4	6
Тема 2.5	12	2	2		4	4	16				4	8
Тема 2.6	16	2	2		4	4	18	1	1		4	10
Тема 2.7	16	2	2		4	6	18	1	1		4	10
<i>Разом за модуль 2</i>	92	14	14		28	36	95	3	4		28	60
Всього годин	150	28	28		28	66	150	6	6		28	110

Примітка: л – лекції, п – практичні заняття, лб–лабораторно-практичні заняття; інд – індивідуальні завдання, СРС – самостійна робота студентів.

7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

7.1. Лекції

Тема і зміст лекції	К-ть годин
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи аналізу господарської діяльності підприємств	
Тема 1.1. Наукові основи аналізу господарської діяльності підприємства. Опис навчальної дисципліни: цілей, змісту, очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання. Принципи академічної доброчесності. Роль та зміст економічного аналізу господарської діяльності в	2

сучасних умовах. Предмет, мета та завдання. Історія становлення та розвитку економічного аналізу як науки.	
Тема 1.2. Принципи та види аналізу господарської діяльності підприємства. Принципи економічного аналізу. Класифікація видів економічного аналізу. Система аналітичних економічних показників.	2
Тема 1.3. Інформаційне забезпечення аналізу господарської діяльності та особливості його організації. Основні принципи організації економічного аналізу. Організаційні форми та виконавці економічного аналізу. Планування аналітичної роботи. Інформаційне забезпечення економічного аналізу. Підготовка та аналітична обробка вихідних даних. Документальне оформлення результатів аналізу.	2
Тема 1.4. Метод та методика аналізу господарської діяльності підприємства. Метод економічного аналізу та його особливості. Класифікація методичних прийомів і способів обробки економічної інформації. Евристичні прийоми в економічному аналізі	4
Тема 1.5. Методичні прийоми аналітичних досліджень. Поняття, види та етапи проведення факторного аналізу. Класифікація факторів в економічному аналізі господарської діяльності. Моделювання факторних систем. Способи перетворення детермінованих факторних моделей. Способи виміру впливу факторів у детермінованому аналізі.	4
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	14
Змістовий модуль 2. Методичні основи аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства	
Тема 2.1. Аналіз маркетингової діяльності підприємства. Значення, завдання та джерела даних. Аналіз попиту на ринках збуту продукції. Аналітика ринку, його місткості, трендів та драйверів зростання. Аналіз цінової політики, маркетингова аналітика конкуренції і конкурентів, конкурентоспроможності продукції. Оцінка ефективності елементів комплексу маркетингу. (маркетинг-мікс – Product (Продукт), Price (Ціна), Place (Місце/Дистрибуція), Promotion (Просування)). Ефективна маркетингова діяльність, як спосіб досягнення основних КРІ підприємства.	2
Тема 2.2. Аналіз використання земельних ресурсів. Завдання аналізу та аналіз розміру і структури земельних угідь. Аналіз потенційних можливостей земельних ресурсів. Аналіз використання орних земель.	2
Тема 2.3. Аналіз витрат виробництва. Зміст, завдання та об'єкти аналізу собівартості продукції. Аналіз загальної суми витрат на виробництво продукції. Аналіз	2

собівартості окремих видів продукції. Аналіз витрат за центрами відповідальності. Визначення резервів зниження собівартості продукції.	
Тема 2.4. Аналіз використання трудових ресурсів і витрат на оплату праці. Завдання, джерела даних аналізу, аналіз демографічного стану та соціальної інфраструктури. Аналіз забезпеченості трудовими ресурсами та оцінка його потенціалу. Аналіз робочого часу та умов праці. Аналіз продуктивності праці та фонду оплати праці.	2
Тема 2.5. Аналіз використання виробничих ресурсів підприємства. Основні завдання та джерела інформації. Аналіз складу основних засобів та аналіз їх забезпеченістю. Аналіз технічного стану виробничих основних засобів. Аналіз руху основних засобів. Аналіз ефективності використання основних засобів. Аналіз використання обладнання. Аналіз забезпечення підприємства матеріальними ресурсами. Аналіз використання матеріальних ресурсів.	2
Тема 2.6. Аналіз фінансового стану підприємства. Зміст, завдання, інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану підприємства. Показники фінансового стану підприємства. Оцінка ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства.	2
Тема 2.7. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства. Основні напрями (задачі) і джерела інформації для аналізу. Загальна оцінка фінансового результату і його складу. Аналіз динаміки фінансового результату від реалізації продукції. Аналіз виконання плану з прибутку та розподілу прибутку. Аналіз прибутковості і рентабельності.	2
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	14
Всього	28

7.2. Практичні заняття

Назва і зміст теми	К-ть годин
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи аналізу господарської діяльності підприємств</i>	
Тема 1.1. Теоретичні основи економічного аналізу господарської діяльності.	2
Тема 1.2. Принципові підходи до економічного аналізу господарської діяльності. Класифікація видів економічного аналізу.	2
Тема 1.3. Організація аналітичної роботи на підприємстві.	2

Назва і зміст теми	К-ть годин
Класифікація джерел інформаційно-аналітичного забезпечення.	
Тема 1.4. Класифікація та використання методичних прийомів і способів обробки економічної інформації.	4
Тема 1.5. Методичні прийоми факторного аналізу як інструмент для прийняття раціональних управлінських рішень.	4
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	14
Змістовий модуль 2. Методичні основи аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства	
Тема 2.1. Аналіз маркетингової діяльності. Аналіз виробництва і реалізації продукції. Аналіз конкурентоспроможності підприємства.	2
Тема 2.2. Аналіз використання земельних ресурсів сільськогосподарського призначення.	2
Тема 2.3. Аналіз витрат виробництва і собівартості продукції.	2
Тема 2.4. Аналіз використання трудових ресурсів і витрат на оплату праці. Аналіз соціальної інфраструктури села.	2
Тема 2.5. Аналіз основних засобів підприємства. Аналіз використання матеріальних ресурсів підприємства.	2
Тема 2.6. Аналіз фінансового стану підприємства.	2
Тема 2.7. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства. Аналіз прибутковості і рентабельності продукції. Факторний аналіз прибутковості і рентабельності продукції.	2
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	14
Всього	28

7.3. Самостійна робота

Назва теми	К-ть годин
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи аналізу господарської діяльності підприємств	
Тема 1.1. Опрацювання лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання теоретичних питань. Місце аналізу в системі наук. Етапи розвитку економічного аналізу. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури.	4
Тема 1.2. Опрацювання лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання теоретичних питань. Системний підхід до аналітичних досліджень. Функціонально-вартісний аналіз. Маржинальний аналіз. Види маркетингових аналізів. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури.	4
Тема 1.3. Опрацювання лекційного матеріалу.	4

Самостійне опрацювання теоретичних питань. Автоматизація аналітичних робіт під час аналізу господарської діяльності підприємства. Джерела даних, перевірка вірогідності інформації. Інформаційне забезпечення проведення маркетингового аналізу. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури.	
Тема 1.4. Опрацювання лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання теоретичних питань. Комплексний аналіз господарської діяльності на базі прийомів обробки економічної інформації. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури.	8
Тема 1.5. Опрацювання лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання теоретичних питань. Застосування методики детермінованого факторного аналізу. Основи стохастичного факторного аналізу. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури. Підготовка до складання модульної роботи.	10
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	30
Змістовий модуль 2. Методичні основи аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства	
Тема 2.1. Опрацювання лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання теоретичних питань. Аналіз ринків збуту продукції. Оцінювання ризику незатребуваності продукції. Асортиментна політика підприємства, її вплив на формування прибутку. Оцінка конкурентних переваг підприємств агробізнесу на цільових сегментах ринку. Сутність поняття веб-аналітики та її застосування на практиці. Застосування ABC аналізу в маркетинговій аналітиці покупців. Визначення активної клієнтської бази (АКБ) та моделі впливу на споживачів. Маркетинговий аналіз політики ціноутворення. Розробка та методика побудови маркетингових бюджетів підприємства, їх оцінка ефективності та аналітика. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури. Виконання індивідуально-навчального завдання.	8
Тема 2.2. Опрацювання лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання теоретичних питань. Аналіз виробничого потенціалу галузі рослинництва. Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури. Виконання індивідуально-навчального завдання.	8
Тема 2.3. Опрацювання лекційного матеріалу. Самостійне опрацювання теоретичних питань. Аналіз затрат	8

<p>підприємства по економічних елементах і статтях собівартості. Основні резерви зниження собівартості продукції і оцінка можливостей їх використання. Взаємозв'язок системи економічного аналізу та бухгалтерського обліку в управлінні виробничими витратами.</p> <p>Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури.</p> <p>Виконання індивідуально-навчального завдання.</p>	
<p>Тема 2.4. Опрацювання лекційного матеріалу.</p> <p>Самостійне опрацювання теоретичних питань. Аналіз співвідношення темпів росту продуктивності праці та середньої заробітної плати на підприємстві. Аналіз умов праці та соціального розвитку підприємства.</p> <p>Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури.</p> <p>Виконання індивідуально-навчального завдання.</p>	8
<p>Тема 2.5. Опрацювання лекційного матеріалу.</p> <p>Самостійне опрацювання теоретичних питань. Аналіз використання матеріалів у виробництві. Аналіз використання обладнання на підприємстві. Аналіз використання вантажних автомобілів. Резерви збільшення випуску продукції, фондівіддачі і рентабельності основних засобів. Факторний аналіз матеріаломісткості продукції.</p> <p>Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури.</p> <p>Виконання індивідуально-навчального завдання.</p>	8
<p>Тема 2.6. Опрацювання лекційного матеріалу.</p> <p>Самостійне опрацювання теоретичних питань. Аналіз ділової активності. Аналіз грошових потоків і впливу факторів на їх формування. Аналіз стану дебіторської заборгованості підприємства. Аналіз стану кредиторської заборгованості підприємства.</p> <p>Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури.</p> <p>Виконання індивідуально-навчального завдання.</p>	12
<p>Тема 2.7. Опрацювання лекційного матеріалу.</p> <p>Самостійне опрацювання теоретичних питань. Аналіз розподілу прибутку (доходу) на підприємстві. Аналіз позареалізаційних фінансових результатів діяльності підприємства. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства.</p> <p>Підготовка до практичного заняття, виконання домашніх завдань, опрацювання першоджерел та навчальної літератури.</p> <p>Виконання індивідуально-навчального завдання.</p> <p>Підготовка до складання модульної роботи.</p>	12
<p><i>Разом за змістовий модуль 2</i></p>	64

Всього	94
---------------	-----------

Примітка: У розрахунку годин на виконання самостійної роботи передбачено час на виконання індивідуальних завдань.

7.4. Орієнтовна тематика індивідуальних та групових завдань

Індивідуальні навчально-дослідні завдання за темами:

1. Аналіз маркетингової діяльності підприємства.
 2. Економічний аналіз використання землі.
 3. Аналіз забезпечення підприємства трудовими ресурсами та їх використання.
 4. Аналіз забезпечення підприємства оборотними засобами та їх використання.
 5. Аналіз забезпечення підприємства основними засобами та їх використання.
 6. Аналіз використання фінансових ресурсів підприємства.
 7. Аналіз виробництва і розподілу продукції рослинництва.
 8. Аналіз виробництва і розподілу продукції тваринництва.
 9. Аналіз використання вантажного автотранспорту.
 10. Аналіз собівартості виробництва продукції рослинництва.
 11. Аналіз собівартості виробництва продукції тваринництва.
 12. Аналіз ефективності виробництва сільськогосподарської продукції.
 13. Аналіз роботи промислових і переробних підприємств.
- Методичні вказівки до виконання ІНДЗ розміщені у системі Moodle.

Або виконання індивідуального аналітичного звіту (огляду) за темами:

1. Діджитал-аналітика у маркетинговій діяльності підприємства.
2. Оцінка та аналіз поведінки споживача: ключові показники.
3. Аналітика ринкових трендів та адаптація маркетингової діяльності.
4. Оцінка та аналіз поведінки споживача.
5. Результативність продажів підприємства, аналіз системи розподілу.
6. Крос-канальна та Атрибуційна Аналітика
7. Аналітика соціальних медіа та інфлюенсер-маркетингу
8. Аналіз природної мови (NLP)
9. Дослідження методів збору та аналізу даних в умовах посилення правил захисту даних
10. Ефективність маркетингової діяльності підприємства.

Тематика аналітичного звіту, а також його структура, узгоджуються кожним студентом із викладачем індивідуально, оскільки мають враховувати специфіку діяльності підприємства і теми обраної студентом. Аналітичний звіт повинен містити необхідну маркетингову аналітику, зібрану здобувачами

у вигляді параметрів, індексів, метрик, висновків та рекомендацій що дозволяє вирішувати конкретні маркетингової проблеми та приймати зважені управлінські рішення. Аналітичний звіт має бути оформлений у вигляді презентації у MS PowerPoint або PDF презентації.

Структура роботи:

1. Вступ обсягом 2-3 стор., в якій має бути описаною проблема даного дослідження, а також ключові напрями реалізації проекту маркетингового аналітичного дослідження.

2. Основна частина роботи, яка може містити необхідну кількість розділів (підрозділів). В її межах наводиться аналітика по досліджуваним показникам, здійснюється їх оцінювання, порівняння, а також застосовуються інші процедури, необхідні для встановлення причинно-наслідкових зв'язків між такими показниками з метою встановлення можливої траєкторії їх розвитку на перспективу.

3. Висновки і рекомендації для ухвалення конкретного управлінського рішення (рішень) за результатами проведеного аналітичного дослідження.

8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час лекційних годин використовується: слайдові презентації, роздатковий матеріал, робота з документами та он-лайн даними, дискусійне обговорення проблемних питань. Лекційні заняття проводяться у діалоговому стилі з використанням методик критичного мислення. Практичні заняття проводяться у вигляді практикумів з виконанням розрахункових та аналітичних завдань індивідуальних та в групах, з використанням офіційних статистичних даних, звітних даних суб'єктів господарювання та умовних даних, дискусійне обговорення проблемних питань, тестовий контроль, бліц-опитування.

Самостійна робота передбачає опрацювання основних і додаткових джерел літератури; інформації з інтернет-сайтів за відповідними темами, виконання індивідуального навчально-дослідницького завдання.

9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Поточний контроль з предмету «Аналіз господарської діяльності» включає тематичне оцінювання та модульний контроль.

Тематичне оцінювання аудиторної та самостійної роботи студентів здійснюється на основі отриманих ними поточних оцінок за усні та письмові

відповіді, доповіді з предмету вивчення, самостійні, контрольні роботи, опитування у вигляді тестових завдань та виконання практичних завдань (індивідуальних та у групах). За змістом він включає перевірку ступеню засвоєння студентом навчального матеріалу, який охоплюється темою лекційного та практичного заняття, уміння самостійно опрацьовувати навчально-методичну літературу, здатність осмислювати зміст теми, уміння публічно та письмово представити певний матеріал, а також виконання завдань самостійної роботи.

Поточний контроль за винятком ІНДЗ здійснюється відповідно до графіку виконання завдань.

Модульний контроль проводиться у формі контрольної роботи і блиц-опитування.

Кількість отриманих балів з кожного виду навчальних робіт за різними формами поточного контролю виставляється студентам в електронний журнал після кожного контрольного заходу.

Підсумковий контроль навчальної діяльності студентів – іспит, здійснюється у формі тестування.

10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання лекційних занять не передбачено. На лекційних заняттях ведеться облік присутності здобувачів для контролю відвідуваності занять.

Оцінку на практичному занятті студент отримує за виконані розрахункові роботи, зроблені доповіді, презентації, активність під час дискусій.

Під час модульного контролю засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни є за першим модулем тестові завдання або блиц-опитування; за другим модулем – контрольна робота, що складається з відкритих запитань і практичних завдань.

Під час підсумкового контролю засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни є стандартизовані тести.

11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання здобувачів освіти здійснюється за результатами поточного (практичні заняття, самостійна робота) та рубіжного (модульного) контролів за десятибальною шкалою – «1», «2», «3», «4» ... «10».

1 бал оцінювання (з заокругленням до цілого числа) відповідає 10 % правильних тверджень у разі усної відповіді, відповідей у тесті, виконаних завдань тощо.

Бали з модульного контролю нараховуються за виконання модульної контрольної роботи.

Відсутність студента на занятті («нб») у розрахунку середнього арифметичного значення (САЗ) приймається як «0».

У кінці семестру обчислюється САЗ всіх отриманих здобувачем вищої освіти оцінок з наступним переведенням його у бали за формулою:

$$\text{БПК} = \text{САЗ} \times k,$$

де БПК – бали з поточного контролю;

САЗ – середнє арифметичне значення усіх отриманих студентом оцінок:

k – коефіцієнт для певного виду контролю (практичні заняття, самостійна робота – «3», модульний контроль – «1» для форми підсумкового контролю «екзамен» та «4» для форми підсумкового контролю «залік»).

Результати поточного оцінювання здобувача (за 10-бальною шкалою) виставляються в електронний журнал АСУ БНАУ і автоматично переводяться у 100-бальну шкалу відповідно до розподілу балів за окремі види робіт.

Розподіл балів, що присвоюється здобувачам вищої освіти

Максимально можлива кількість балів, якщо форма підсумкового контролю	Практичні заняття	Самостійна робота	Модульний контроль	Підсумковий контроль	Загальний бал
Іспит	30	30	10	30	100

Шкала оцінювання успішності здобувачів вищої освіти

За 100-бальною шкалою	За шкалою ECTS	За національною шкалою	
		іспит	залік
90-100	A	Відмінно	Зараховано
82-89	B	Добре	
75-81	C		
64-74	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно (незараховано) з можливістю повторного складання	

1-34	F	Незадовільно (незараховано) з обов'язковим повторним вивченням
------	---	--

12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ

Наочні засоби:

слайдові презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint; Canva; нормативно-аналітична документація; роздаткові матеріали завдань та методичні рекомендації; інформаційні ресурси професійного спрямування.

Технічні засоби: мультимедійний проектор Sony, Intel Core i5 10400 (12 ядер) / 16GB DDR4 2666MHz / 240 GB SSD / Intel UHD Graphics 630 / HDMI, VGA / монітор 27 дюймів 1920*1080 (16 шт.)

Програмне забезпечення: MS Windows, MS Office, Firefox, CA ERwin Data Modeler, Visio.

Системи дистанційного навчання: Moodle (teach.btsau.net.ua), Zoom, Safe Exam Browser для проведення іспитів.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. 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>
2. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / А. Світвуд: Пер. з англ.- К.: Видавництво «Наш Формат», 2019. – 152 с.
3. О. І. Зоріна, Т. В. Нескуба, О. М. Мкртичян. «Маркетингово-економічний аналіз: конспект лекцій». 2021. 65с
4. Кіндрацька Г.І. Аналіз господарської діяльності : підручник. / Г.І. Кіндрацька, А.Г. Загородній, Ю.І. Кулиняк. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019. 320 с.
5. Волкова Н. А. Економічний аналіз: навч. посібник/ Н.А. Волкова, Н.Е. Подвальна, К.Д. Семенова. – Одеса: ППЦ «Белка», 2020. – 240 с.
6. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник/ Т.Мулик, О. Материнська, О. Пльонсах. – К.: Центр учбової літератури, 2023. – 384

Додаткова література

7. Joseph A. Schumpeter History of Economic Analysis 1st Edition edited from manuscript by elizabeth boody schumpeter and with an introduction by mark perlman 1954, 1171 p. (<http://digamo.free.fr/schumphea.pdf>)
8. The business analyst's handbook Course Technology, a part of Cengage Learning : Australia, Brazil, Japan, Korea, Mexico, Singapore, Spain, United

Kingdom, United States, 2009, 443 p. (<http://analyst.by/wp-content/uploads/2013/02/Course-Technology-The-Business-Analysts-andbook.pdf>)

9. Сатир Л. М. Інструменти бізнес-аналітики для моніторингу підприємницької діяльності / Л.М. Сатир, В. В. Новікова // *International Journal of Innovative Technologies in Economy*. – 2017. – №. 4 (10). – Р. 31-33.

10. Сучасні реалії розвитку підприємництва в аграрній сфері економіки України / Л.М. Сатир, Р.П. Задорожна, А.О. Шевченко // *Теорія, методологія і практика господарсько-фінансової діяльності підприємств : колективна монографія* / Кол. авторів. – Полтава: ПП «Астроя», 2019. – С. 7-15.

11. Сатир, Л. М., Кепко, В. М., Шевченко, А. О. (2025). Стратегії маркетингу інновацій у сфері оптової та роздрібної торгівлі для підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Актуальні питання економічних наук*, (9). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15181073>

12. Аналіз господарської діяльності. Методичні вказівки та робочий зошит для виконання практичних завдань і самостійного вивчення дисципліни здобувачами вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальностей 051 «Економіка» (С1 Економіка та міжнародні економічні відносини), 071 «Облік і оподаткування» (D1 Облік і оподаткування), 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок» (D2 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок), 073 «Менеджмент» (D3 Менеджмент), 075 «Маркетинг» (D5 Маркетинг) / Укладачі: Л.М. Сатир, В.М. Кепко, А.В. Непочатенко. Біла Церква: БНАУ, 2025. 85 с.

Інтернет ресурси

1. <http://zakon.rada.gov.ua>. – Законодавство України
2. <http://zakon.rada.gov.ua> – Верховна Рада України
3. <http://www.ukrstat.gov.ua> – Державна служба статистики України
4. <http://kyivobl.ukrstat.gov.ua> – Головне управління статистики у Київській області
5. <https://data.gov.ua> – Єдиний державний веб-портал відкритих даних
6. <http://www.me.gov.ua> – Міністерство економіки України
7. <https://minagro.gov.ua/> - Міністерство аграрної політики та продовольства України
8. <http://www.minfin.gov.ua> – Міністерство фінансів України.
9. <http://www.usfa.kiev.ua> – Українське товариство фінансових аналітиків.
10. <http://www.nbu.gov.ua> – Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського
11. <http://www.gntb.n-t.org> – Державна науково-технічна бібліотека України

12. <http://www.ukurier.gov.ua> – Газета «Урядовий кур'єр»
13. <http://www.ebrd.com> – Гільдія інвестиційних та фінансових аналітиків.