

Білоцерківський національний аграрний університет
Економічний факультет
Кафедра обліку і оподаткування

	<p style="text-align: center;">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ»</p> <p style="text-align: center;">Галузь знань – 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право) Спеціальність – 075 Маркетинг (D5 Маркетинг) Освітня програма – Маркетинг</p>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Компонент освітньої програми:	вибірковий
Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин	4 кредити / 120 годин
Семестр	8
Форма контролю	залік
Мова викладання	українська
Профайл викладача 	<p>Хомовий Сергій Михайлович Посада: завідувач кафедри обліку і оподаткування Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Робоче місце: навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), 89 ауд. (кафедра обліку і оподаткування). E-mail: serhii.khomovyi@btsau.edu.ua Зв'язок з викладачем: відповідно до графіку консультацій</p>
Опис дисципліни	<p>В умовах ринкової економіки розвиваються різні форми незалежного контролю, однією з яких є аудит. Аудит має особливе значення для користувачів ринкових відносин, які зацікавлені в підтвердженні вірогідності, реальності і повноти наведеної в ній інформації. У практичній діяльності за допомогою аудиту реалізується одна з найважливіших функцій управління та прогнозування діяльності суб'єктів підприємництва.</p>
Передумови для вивчення дисципліни	<p>Вибіркова навчальна дисципліна «Маркетинговий аудит» базується на знаннях таких дисциплін як: «Маркетинг», «Фінанси, гроші та кредит».</p>
Мета вивчення дисципліни	<p>Метою вивчення дисципліни «Маркетинговий аудит» є засвоєння студентами теоретичних основ аудиту і аудиторської діяльності в Україні, оволодіння практичними навичками методики проведення аудиту господарської діяльності підприємства у ринковому середовищі.</p>
Формат дисципліни	Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному

	<p>форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дистанційна форма навчання) можуть використані платформи Moodle, ZOOM. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання як традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.</p>
<p>Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти</p>	<p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>Очікувані результати навчання</p>	<p>Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p>
<p>Структура курсу</p>	<p><i>Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи маркетингового аудиту</i></p> <p>Тема 1.1. Сутність і предмет аудиту Тема 1.2. Регулювання аудиторської діяльності та її інформаційне забезпечення Тема 1.3. Методи маркетингового аудиту та критерії його оцінювання Тема 1.4. Аудиторський ризик і оцінювання системи ринкового середовища</p>

	<p>Тема 1.5. Планування маркетингового аудиту Тема 1.6. Аудиторські докази та робочі документи аудитора</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Об'єкти та результати маркетингового аудиту</i></p> <p>Тема 2.1. Аудиторський висновок та інші підсумкові документи Тема 2.2. Послуги маркетингового аудиту, їх об'єкти і види Тема 2.3. Внутрішній аудит: його сутність, об'єкти та суб'єкти Тема 2.4. Аудит звітності підприємства Тема 2.5. Аудит товарів та активів організації Тема 2.6. Аудит покупців та продавців підприємства</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>Показ слайдових презентацій у програмі Microsoft Office PowerPoint, навчальний диспут з обговоренням проблемних питань, розгорнута бесіда, вирішення ситуаційних вправ, тестові завдання.</p>
<p>Політика</p>	<p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем. Положення про академічну доброчесність у Білоцерківському національному аграрному університеті розміщене на сайті університету https://cutt.ly/aR13OnU</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: студенти мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p>Основна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мардус Н.Ю. Аудит: Навчальний посібник. Харків: НТУ «ХПІ», 2022. 203 с. 2. Аудит. Практикум / [О. О. Заремба] ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Каф. фінанс. аудиту. Київ: КНТЕУ, 2018. 101 с. 3. Міжнародні стандарти контролю якості і аудиту: навч. посіб. / Л. А. Костирко, О. Е. Лубенченко, Р. О. Костирко; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. Северодонецьк : СНУ ім. В. Даля , 2017. 231 с. 4. Аудит : навч. посіб. / Жидєєва Л.І., Колісник О.П., Саямон-Міхеєва К.Д. ; Ун-т держ. фіск. служби України. Ірпінь : Ун-т ДВС України, 2019. 311 с. 5. Корягіна С.В. Маркетинговий аудит. (Зб. ф.) Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 320 с. 6. Організація і методика аудиту : навч. посіб. / С.А. Бурлан, Н.О. Руденко; Чорномор. нац. ун-т ім. Петра Могили. Миколаїв: ЧНУ ім. Петра Могили, 2017. 182 с.