

Міністерство освіти і науки України  
Національний аерокосмічний університет  
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування (№ 602)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Гарант ОП

 Василь ЛИБА

«29» серпня 2025 р.

**СИЛАБУС ОBOB'ЯЗKОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Маркетинговий аудит**

(назва навчальної дисципліни)

**Галузь знань:** D Бізнес, адміністрування та право

(шифр і найменування галузі знань)

**Спеціальність:** D5 Маркетинг

(код та найменування спеціальності)

**Освітня програма:** Маркетинг та брендинг

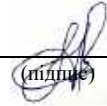
(найменування освітньої програми)

**Рівень вищої освіти:** другий (магістерський)

**Силабус введено в дію з 01.09.2025 року**

**Харків – 2025 р.**

Розробник: Ліхоносова Г.С., д-р екон. наук, проф.  
(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь та вчене звання)

  
(підпис)

Силабус навчальної дисципліни розглянуто на засіданні кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування (№ 602)

Протокол № 1 від 29 серпня 2025 р.

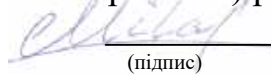
завідувача кафедри канд. екон. наук, доц.  
(науковий ступінь та вчене звання)

  
(підпис)

В.П. Гатило  
(ініціали та прізвище)

Погоджено з представником здобувачів вищої освіти (ЗВО):

Здобувач другого (магістерського) рівня ВО

  
(підпис)

С. Галашко  
(ініціали та прізвище)

## 1. Загальна інформація про викладача



Ліхоносова Ганна Сергіївна, д-р екон. наук, професор. Стаж викладацької роботи – з 2009 року; в університеті викладає, зокрема такі дисципліни:

- FinTech та фінансові інновації;
- податковий контроль підприємств аерокосмічної галузі;
- фінансовий облік і аналіз ЗЕД;
- митний менеджмент;
- маркетинговий аудит;
- біржова діяльність та фондовий ринок;
- маркетингові дослідження;
- маркетингова товарна політика;
- міжнародні фінансові розрахунки.

*Напрями наукових досліджень:* податкові стимули соціально-економічного розвитку; соціально-економічні важелі регулювання добробуту населення; фінансове обґрунтування нівелювання соціально-економічного відторгнення; маркетинговий інструментарій фінансового балансування.

### **Контактна інформація:**

[g.likhonosova@khai.edu](mailto:g.likhonosova@khai.edu)

## 2. Опис навчальної дисципліни

|                                                       |                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Форма здобуття освіти                                 | <i>Денна, заочна</i>                                                                                                                                                                                                 |
| Семестр                                               | 2                                                                                                                                                                                                                    |
| Мова викладання                                       | Українська                                                                                                                                                                                                           |
| Тип дисципліни                                        | <i>Обов'язкова</i>                                                                                                                                                                                                   |
| Обсяг дисципліни:<br>кредити ЄКТС/ кількість<br>годин | <i>денна:</i> 5 кредитів ЄКТС / 150 годин (56 аудиторних, з яких: лекції – 24, практичні – 32; СРЗ – 96);<br><i>заочна:</i> 5 кредитів ЄКТС / 150 годин (6 аудиторних, з яких: лекції – 4, практичні – 6; СРЗ – 140) |
| Види навчальної<br>діяльності                         | Лекції, практичні, самостійна робота                                                                                                                                                                                 |
| Види контролю                                         | Поточний контроль, модульний контроль, семестровий контроль – іспит                                                                                                                                                  |
| Пререквізити                                          | Фінансовий менеджмент                                                                                                                                                                                                |
| Кореквізити                                           | Стратегічний маркетинг, Маркетинговий менеджмент                                                                                                                                                                     |
| Постреквізити                                         | Кваліфікаційна робота магістра                                                                                                                                                                                       |

### 3. Мета та завдання навчальної дисципліни

#### Мета

Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетинговий аудит» є здобуття науково-теоретичних знань та отримання практичних навичок з організації і проведення маркетингового аудиту, оволодіння методологічними та організаційними прийомами його використання за сучасних умов маркетингової діяльності підприємства.

Основними **завданнями** «Маркетинговий аудит» є: формування знань з теорії маркетингового аудиту підприємства; оволодіння методологією маркетингового аудиту з метою інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингових операцій, зниження ймовірності й сили комерційного ризику; набуття студентами вмінь і навичок для самостійного комплексного аудиту маркетингової діяльності підприємства, реалізація набутих знань в пошуку шляхів і резервів удосконалення маркетингу підприємства відповідно до результатів аудиту та постійно змінюваних ринкових умов.

Згідно з умовами освітньо-професійної програми «Маркетинг» спец. D5 Маркетинг другого (магістерського) рівня здобувачі освіти через освітній компонент :

#### **ОКЗ Маркетинговий аудит мають здобути *компетентності*:**

##### **Загальні:**

- ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

##### **Спеціальні (фахові):**

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій , методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
- СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
- СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

##### **Програмні результати навчання:**

- ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

- ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники оцінювання.
- ПРН15. Обирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

## **4. Зміст навчальної дисципліни**

### **Модуль 1.**

#### ***Змістовний модуль 1. Теорія та організація маркетингового аудиту***

#### **Тема 1.**

##### **Теорія та організація маркетингового аудиту**

Сутність та зміст маркетингового аудиту. Цілі та засоби реалізації маркетингового аудиту. Класифікація видів маркетингового аудиту. Методи маркетингового аудиту.

- *Самостійна робота здобувачів:* Поняття та сутність маркетингового аудиту. Історія розвитку світової практики розвитку маркетингового аудиту. Обґрунтування рішень щодо проведення маркетингового аудиту. Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача.

#### **Тема 2.**

##### **Основи організації та методики маркетингового аудиту**

Система знань про народонаселення та демографічних наук. Розвиток української демографічної думки. Етапи проведення. Основні джерела інформації для проведення

- *Самостійна робота здобувачів:* Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача. Організація проведення маркетингового аудиту. Документальне оформлення результатів маркетингового аудиту.

#### **Тема 3.**

##### **Основні методи аудиту середовища маркетингу.**

Основні методи аудиту середовища маркетингу. Здійснити аудит маркетингового середовища обраного для дослідження підприємства методом SWOT – аналізу. Система знань про народонаселення та демографічних наук. Розвиток української демографічної думки. Середовище як об'єкт маркетингового аудиту. Основні методи аудиту макро- і мікросередовища маркетингу. Основні методи аудиту конкурентного середовища. Основні запитання, які вивчаються при проведенні аудиту.

- *Самостійна робота здобувачів:* Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача. Основні методи аудиту середовища маркетингу. Здійснити аудит середовища маркетингу методом експертних оцінок.

#### **Тема 4.**

##### **Аудит стратегії маркетингу.**

Аудит стратегії маркетингу. Розрахувати та побудувати матрицю БКГ для підприємств. Маркетингові стратегії підприємства. Алгоритм аудиту стратегій маркетингу. Аудит

стратегій маркетингу на основі концепції життєвого циклу підприємства. Методи портфельного аналізу.

- *Самостійна робота здобувачів:* Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача. Аудит стратегії маркетингу. Провести аудит стратегії маркетингу обраного підприємства за допомогою методики що базується на побудові матриці «продукт – ринок» Ансоффа.

#### **Тема 5.**

##### **Аудит організації маркетингу на підприємстві.**

Аудит організації маркетингу на підприємстві. Запропонувати оптимальну структуру організації маркетингу з огляду на особливості продукції підприємства, особливості сегментів споживачів і територій, на яких діє підприємство. Визначити кількість необхідного торгового персоналу підприємства. Аудит системи маркетингового планування. Аудит системи маркетингового контролю.

- *Самостійна робота здобувачів:* Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача. Аудит організації маркетингу на підприємстві. Сутність та методика аудиту організації маркетингу на підприємстві. Сутність та методика аудиту системи формування маркетингової інформації.

#### **Модульний контроль 1**

##### **Змістовний модуль 2. Аудит складових системи маркетингу**

#### **Тема 6.**

##### **Аудит ефективності маркетингової діяльності.**

Аудит ефективності маркетингової діяльності. Оцініть лояльність споживачів методом однієї цифри. Обґрунтуйте відповідні висновки та рекомендації. Аудит ефективності діяльності підприємства. Аудит сегменту ринку підприємства. Аудит лояльності споживачів.

- *Самостійна робота здобувачів:* Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача. Аудит ефективності маркетингової діяльності. Здійснити аудит прибутковості окремих асортиментних позицій підприємства на основі маржинального аналізу.

#### **Тема 7.**

##### **Аудит маркетингової товарної політики**

Аудит маркетингової товарної політики. Провести аудит товарних марок-конкурентів на основі експертної оцінки та порівняльного аналізу. Сутність аудиту товарної політики підприємства. Методи оцінювання якості та конкурентоспроможності товарів. Аудит асортиментної політики підприємства.

- *Самостійна робота здобувачів:* Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача. Аудит маркетингової товарної політики. Бренд-аудит, його види та складові.

#### **Тема 8.**

##### **Аудит цінової політики**

Аудит цінової політики. Оцінити результат від проведеної акції на прикладі чотирьох видів продукції та запропонувати свої рекомендації щодо збільшення прибутку підприємства. Сутність аудиту цінової політики підприємства. Аудит цінової еластичності попиту. Аудит системи цінових знижок (знижка за кількість придбаної продукції, кумулятивна знижка, знижка за швидкість платежів, сезонні знижки).

- *Самостійна робота здобувачів:* Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача. Аудит цінової політики. Аналіз політики підприємства у сфері ціноутворення.

## **Тема 9.**

### **Аудит збутової діяльності підприємства.**

Аудит збутової діяльності підприємства. Визначити оптимальний обсяг замовлення товару. Здійснити маркетинговий аудит запасів підприємства на основі ABC – аналізу. Сутність аудиту збутової політики підприємства. Аудит управління товарними запасами. XYZ – аналіз. Аудит збутового потенціалу підприємства..

- *Самостійна робота здобувачів:* Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача. Аудит збутової діяльності підприємства. Аудит структури та динаміки витрат підприємства.

## **Тема 10.**

### **Аудит комунікаційної політики підприємства**

Аудит маркетингової політики комунікацій. Провести аудит веб-сайту. Сутність аудиту маркетингової політики комунікацій. Аудит складових комунікаційної політики підприємства. Аудит веб-сайту підприємства..

- *Самостійна робота здобувачів:* Опрацювання матеріалу лекцій. Формування питань до викладача. Аудит маркетингової політики комунікацій. Аудит ефективності рекламних заходів.

## **Модульний контроль 2**

### **5. Індивідуальні завдання**

Навчальним планом передбачено виконання індивідуальної роботи з дисципліни. Розрахункова робота являє собою самостійний вид підготовки завдання, пов'язаного з класифікацією споживачів, її застосуванням в товарній політиці підприємства, розрахунком базового рівня ціни, проведенням порівняльної оцінки якості товарів (виробів і послуг) за одиничними і комплексними показниками, проведенням оцінки конкурентоспроможності. Типове завдання надається здобувачу освіти за варіантами.

### **6. Методи навчання**

При викладанні дисципліни «Маркетинговий аудит» передбачено застосування активних і інтерактивних методів навчання – проблемних та мінілекцій, практичних занять у активній формі, тестування, розв'язання ситуаційних та практичних завдань, розгляд кейсів, ділові ігри.

Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання, але і високою ефективністю навчального процесу, який виявляється у: високій мотивації студентів; закріпленні теоретичних знань на практиці; підвищенні самосвідомості студентів; виробленню здатності ухвалювати самостійні рішення, здібності до колективних рішень; виробленню здібності до соціальної інтеграції; придбанні навичок вирішення конфліктів у податковій сфері; розвитку здібності до компромісів.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота з навчальною та довідковою літературою, самостійне виконання контрольних робіт (для заочної форми навчання), консультації. За рядом тем лекційного матеріалу передбачено використання мультимедійного обладнання у вигляді тематичних відеороликів, які розкривають суть окремих тем даної дисципліни.

Контроль знань виконується за принципами кредитно-модульної системи і складається з поточного, модульного та підсумкового. Підсумковий контроль проводиться за тестами з

кожного змістового модулю та результатами захисту лабораторних робіт. Модульний – за результатами виконання частини комплексного контрольного завдання.

## **7. Методи контролю**

Поточне усне опитування, оцінка виконання практичних завдань, оцінка виконання та захисту контрольних робіт (для заочної форми навчання), підсумковий контроль у формі заліку, підсумковий контроль у формі заліку.

Проведення поточно-модульного контролю. Поточно-модульний контроль здійснюється та оцінюється за двома складовими: практичний модульний контроль і лекційний (теоретичний) модульний контроль. Оцінка за практичну складову модульного контролю виставляється за результатами оцінювання знань студента під час практичних занять, виконання завдань для самостійної роботи та проміжного контролю згідно з графіком навчального процесу.

Оцінювання і перевірка знань студента проводиться в таких формах:

1. На кожному занятті контролюється присутність студента.
2. Перевірка та оцінювання знань студента під час проведення практичних занять.
3. Оцінювання виконання завдань для самостійної роботи.
4. Проведення поточних контрольних робіт (тестування, теоретичні та ситуаційні завдання).
5. Проведення поточного модульного контролю.
6. Проведення іспиту.

Перевірка та оцінювання знань студента під час проведення практичних занять має на меті перевірку рівня володіння теоретичними знаннями з теми практичного заняття та можливість застосовувати їх при вирішенні практичного завдання. Оцінювання проводиться за 100-бальною системою за такими критеріями:

- 1) ступінь засвоєння теоретичного матеріалу, який розглядається на заняттях, його розуміння;
- 2) ступінь вміння засвоювати компетенції, набуті на практичних заняттях;
- 3) рівень вивчення основної, додаткової рекомендованої літератури, а також сучасної літератури з проблематики певних тем навчальної дисципліни;
- 4) уміння поєднувати теорію з практикою при вирішенні питань податкового характеру, вміння обґрунтовувати прийняті рішення при виробленні рекомендацій щодо напрямів подальшої реалізації податкової політики, виконанні розрахункових завдань щодо обчислення сум податків, винесених на розгляд аудиторії;
- 5) логіка, стиль і структура відповідей на питання в письмовій роботі студента і при усних відповідях в аудиторії;
- 6) вміння студента обґрунтовувати свою позицію з точки зору діючого податкового законодавства, узагальнювати інформацію та робити висновки.

Написання есе, тез доповідей на науковій конференції (семінари) є додатковою частиною самостійної роботи студента над навчальною дисципліною, мета якого – поглиблення теоретичних знань, набутих студентами у процесі вивчення дисципліни, вміння застосовувати індивідуальні, творчі та професійні компетенції, набуті в процесі навчання. Таке завдання спонукає ґрунтовно вивчати нормативно-правову базу з питань оподаткування, спеціальні наукові видання, у яких розглядаються питання побудови та реформування податкової системи.

Оцінювання есе та тез доповідей проводиться виходячи з таких критеріїв: самостійне виконання; логічність та деталізація плану дослідження; визначення невирішених науково-практичних проблем; повнота розкриття теми; наявність ілюстрацій; відображення практичного досвіду; наявність конкретних пропозицій, наукова новизна; якість оформлення.

Проведення поточних контрольних робіт (тестування, теоретичні та ситуаційні завдання) відбувається за кожною темою (іноді теми можуть об'єднуватись). Це дає



можливість перманентно оцінювати рівень знань студентів з теоретичних питань навчальної дисципліни.

Модульний контроль здійснюється у письмовій формі за відповідними білетами. Структура білетів включає у себе: теоретичне питання та ситуаційні завдання. Для підведення підсумків роботи студентів із змістовного модуля виставляється підсумкова оцінка з поточно-модульного контролю, яка враховує оцінки за практичний модульний контроль і лекційний модульний контроль.

## 8. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують здобувачі

| Складові навчальної роботи                                                 | Бали за одне заняття (завдання) | Кількість занять (завдань) | Сумарна кількість балів |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| <b>Змістовний модуль 1</b>                                                 |                                 |                            |                         |
| Робота на лекціях                                                          | 0                               | 5                          | 0                       |
| Виконання практичних робіт                                                 | 0...3                           | 5                          | 0...15                  |
| Захист практичних робіт                                                    | 0...2                           | 5                          | 0...10                  |
| Модульний контроль                                                         | 0...15                          | 1                          | 0...15                  |
| <b>Змістовний модуль 2</b>                                                 |                                 |                            |                         |
| Робота на лекціях                                                          | 0                               | 5                          | 0                       |
| Виконання практичних робіт                                                 | 0...3                           | 5                          | 0...15                  |
| Захист практичних робіт                                                    | 0...2                           | 5                          | 0...10                  |
| Модульний контроль                                                         | 0...15                          | 1                          | 0...15                  |
| Індивідуальне (розрахункове) завдання                                      | 0...20                          | 1                          | 0...20                  |
| <b>Усього за семестр</b>                                                   |                                 |                            | <b>0...100</b>          |
| Іспит                                                                      | 0...100                         | 1                          | 0...100                 |
| <b>Додаткові елементи навчальної роботи</b>                                |                                 |                            |                         |
| Доповідь на науковій конференції за тематикою дисципліни                   | 0...10                          | 1                          | 0...10                  |
| Наукова публікація за тематикою дисципліни                                 | 0...20                          | 1                          | 0...20                  |
| Неформальна освіта (додаткові курси за тематикою за наявності сертифікату) | 0...20                          | 1                          | 0...20                  |

Додаткові елементи навчальної роботи оцінюються і враховуються тільки тоді, коли за кожен елемент навчальної роботи, що входить до змістовних модулів 1 і 2, здобувач отримує не менше, ніж 60% від максимальної кількості балів. Здобувач, який склав усі модульні і поточні контролю (успішно атестований за їх результатами, тобто отримав підсумкову модульну оцінку 60 балів і вище), вважається таким, що склав семестровий контроль, і за його згодою атестується підсумковою модульною оцінкою як семестровою.

Студент, який за результатами модульних і поточних контролів атестований «незадовільно», зобов'язаний скласти семестровий контроль (іспит). Студент допускається до складання семестрового контролю тільки тоді, коли він виконав усі практичні роботи і розрахункову роботу.

Семестровий контроль можуть складати студенти, які бажають підвищити підсумкову модульну оцінку. У цьому випадку зараховується кращий результат.

Білет для іспиту містить два питання і одну задачу. Відповідь на кожне питання білета оцінюється від нуля до 35 балів, розв'язок задачі оцінюється від нуля до 30 балів. Максимальна кількість балів за відповіді на питання і розв'язок задачі – 100.

### Прийнята шкала оцінювання

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка для екзамену, курсового проекту (роботи), практики |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 90-100                                       | відмінно                                                  |
| 75-89                                        | добре                                                     |
| 60-74                                        | задовільно                                                |
| 0-59                                         | незадовільно з можливістю повторного складання            |

Семестровий контроль (іспит) проводиться у разі відмови студента від балів поточного тестування й за наявності допуску до іспиту. Під час складання семестрового іспиту студент має можливість отримати максимум 100 балів.

Білет для іспиту складається з :

- 1) понятійного диктанту (25 б.);
- 2) допису логічного закінчення фрази (визначення) (25 б.);
- 3) тестів (25 тестів) (25 б.);
- 4) задачі / ситуаційні завдання (25 б.)

Під час складання семестрового іспиту здобувач має можливість отримати максимум 100 балів.

### Критерії оцінювання роботи здобувача протягом семестру

*Незадовільно (0-59).* Здобувач вищої освіти не засвоїв програмний матеріал. Здобувач вищої освіти не володіє переважною частиною програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять.

*Задовільно (60-74).* Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, проте відповідь неповна, неглибока, містить неточності, є помилки у формулюванні понять, відчужуються складнощі в застосуванні знань при наведенні прикладів. Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.

*Добре (75-89).* Здобувач вищої освіти демонструє достатньо високий рівень знань, при цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або незначні помилки, або присутня недостатня чіткість у визначенні понять. Здобувач вищої освіти володіє достатнім обсягом навчального матеріалу, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формування висновків, не завжди здатний асоціювати теоретичні знання з практичними прикладами.

*Відмінно (90-100).* Здобувач вищої освіти повною мірою засвоїв програмний матеріал, виявляє знання основної та додаткової літератури, наводить власні міркування, робить узагальнюючі висновки, використовує знання інших галузей знань, вдало наводить приклади.

## 9. Політика навчального курсу

**Відвідування занять.** Регуляція пропусків. Інтерактивний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Здобувачі освіти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, повинні протягом тижня узгодити із

викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені заняття мають бути відпрацьовані на найближчій консультації протягом тижня після їх пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом занять. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання пропущених занять шляхом виконання індивідуального письмового завдання.

**Дотримання вимог академічної доброчесності** здобувачами освіти під час вивчення навчальної дисципліни. Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі освіти мають дотримуватися загальноприйнятих морально-етичних норм і правил поведінки, вимог академічної доброчесності, передбачених Положенням про академічну доброчесність Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/assets/files/polozhennya/polozhennya-pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf>).

Очікується, що роботи здобувачів освіти будуть їх оригінальними дослідженнями або міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикавання джерел, списування, втручання в роботу інших здобувачів освіти становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем незалежно від масштабів плагіату чи обману. У разі виконання індивідуальної самостійної роботи до захисту допускаються реферати, які містять не менше 60 % оригінального тексту під час перевірки на плагіат, есе – 70 %.

**Вирішення конфліктів.** Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, а також правила етичної поведінки регламентуються Кодексом етичної поведінки в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/ustanovchi-dokumenty/kodeks-etichnoi-povedinki/>).

## 10. Методичне забезпечення та інформаційні ресурси

Підручники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники, конспекти лекцій, методичні рекомендації з підготовки та оформлення курсової роботи тощо, які видані в Університеті знаходяться за посиланням:

- [https://library.khai.edu/catalog?clear\\_all\\_params=0&mode=DocBibRecord&lang=ukr&caller\\_mode=BookList&themes\\_basket=&ttp\\_themes\\_basket=1680&ext=no&theme\\_path=0&author\\_fld=&docname\\_fld=&docname\\_cond=1&year\\_fld1=&year\\_fld2=&udc\\_fld=&isbn\\_fld=&lang\\_list=0&pubplace\\_fld=&publisher\\_fld=&bbc\\_fld=&issn\\_fld=&annotation\\_fld=&volume\\_fld=&part\\_fld=&responsibility\\_fld=&theme\\_cond=all\\_theme&litttype\\_list=0&theme\\_list=0&disciplinesearch=yes&discipline\\_list=1680&tpage=1&step=100&faculty\\_list=0&department\\_list=0&speciality\\_list=0&knmz\\_doctype\\_list=39%2C40&speciality\\_knmz\\_list=27511&syllabus\\_list=27512&knowledgearea\\_list=27500&qualificationlevel\\_list=27470&initiator\\_mode=KNMZ&full\\_searchfld=&ecopy=4&combiningAND=1&is\\_ttp=0&print\\_basket=%2C&docid=510532274&doctoselect=0](https://library.khai.edu/catalog?clear_all_params=0&mode=DocBibRecord&lang=ukr&caller_mode=BookList&themes_basket=&ttp_themes_basket=1680&ext=no&theme_path=0&author_fld=&docname_fld=&docname_cond=1&year_fld1=&year_fld2=&udc_fld=&isbn_fld=&lang_list=0&pubplace_fld=&publisher_fld=&bbc_fld=&issn_fld=&annotation_fld=&volume_fld=&part_fld=&responsibility_fld=&theme_cond=all_theme&litttype_list=0&theme_list=0&disciplinesearch=yes&discipline_list=1680&tpage=1&step=100&faculty_list=0&department_list=0&speciality_list=0&knmz_doctype_list=39%2C40&speciality_knmz_list=27511&syllabus_list=27512&knowledgearea_list=27500&qualificationlevel_list=27470&initiator_mode=KNMZ&full_searchfld=&ecopy=4&combiningAND=1&is_ttp=0&print_basket=%2C&docid=510532274&doctoselect=0)
- Сторінка дисципліни знаходиться за посиланням:  
<https://mentor.khai.edu/course/view.php?id=839>

## 11. Рекомендована література

### Базова

1. Корягіна С.В. Маркетинговий аудит : навч. посіб. / С.В. Корягіна, М.В. Корягін. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 320 с.

2. Балабанова Л.В., Балабаниць А.В. Маркетинговий аудит системи збуту. Навчальний посібник. – К.: ВД “Професіонал”, 2004. – 224 с.
3. Дерев’янченко Т.Є. Маркетинговий аудит. Навчально – методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: КНЕУ, 2007, – 224 с.
4. Маркетинговий аудит підприємства. Теорія і практика маркетингу в Україні: Монографія. /За наук. ред. д-ра екон. наук., проф., акад. АПН України А.Ф.Павленка. – К.: КНЕУ, 2005, 356 с.
5. Hrynkevych S., Fleychuk M., Bulyk O. Labour potential in a non-stable economy: the latest trends of socio-economic transformation. System transformations of the national economy: challenges and expectations: Collective monograph / edited by: O. Vlasuk, O. Ilyash, W. Olszewski, M. Osinska, V. Voloshyn. Bydgoszcz, Poland. 2016. Vol. 1. Pp. 58-74.

#### **Допоміжна**

1. Амеліницька О.В. Формування системи маркетингового аудиту на промисловому підприємстві [Електронний ресурс] // О.В. Амеліницька ; Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. - №6 – С. 50-53.
2. Маркетинговий аудит макро- та мікросередовища маркетингу // Дослідження та оптимізація економічних процесів: кол. монографія / За ред. О.В. Манойленко. - Х.: ТОВ "Щедра садиба плюс". 2013 - С. 229-239.
3. Chen, Jianqing; Jan Stallaert (2014). "An Economic Analysis of Online Advertising Using Behavioral Targeting". MIS Quarterly 38 (2): 429–449.
4. Gesteland Richard R. Cross-Cultural Business Behavior Marketing, Negotiating, Sourcing and Managing Across Cultures // Richard R. Gesteland Copenhagen Business School Press, 2002, p. 347.
5. Samli A. Coskun International Consumer Behavior in the 21st Century // A. Coskun Samli, Springer Science+Business Media New York, 2013, p. 170.

#### **Інформаційні ресурси**

1. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Українська асоціація споживачів <http://www.consumerinfo.org.ua>
3. Українська асоціація маркетингу <http://uam.in.ua/>
4. Український професійний журнал «Маркетинг і реклама» <http://www.mr.com.ua/>
5. Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>
6. Офіційний сайт Верховної Ради України URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Міністерства фінансів України URL: <http://www.minfin.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України URL: <http://sfs.gov.ua/>.
4. Спеціалізований інформаційно-аналітичний ресурс для бухгалтерів, аудиторів URL: <http://www.buhgalter911.com>.
5. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 р. №1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
6. Про державний ринковий нагляд та контроль нехарчової продукції: Закон України від 02.12.2010 р. № 2735-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2735-17>.
7. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
8. Офіційний сайт Науково-технічної бібліотеки Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «ХАІ» URL: <http://library.khai.edu/>.
9. Про затвердження порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів . Закон України від 15 червня 2006 р. № 33. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-п>.
10. Офіційний сторінка фахового науково-виробничого журналу «Часопис економічних реформ» URL: <http://nti.khai.edu/ojs/index.php/cher/index>.