



Факультет
економіки і
менеджменту

МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ

*Кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу та логістики*

*Онопрієнко Ірина
Миколаївна*



Детальніше про викладача тут:

<https://eim.snau.edu.ua/kafedri/marketingu-ta-logistiki/sklad-kafedri/onopriyenko-irina-mikola%d1%97vna/>



МЕТА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ:



формування базових знань і набуття практичних навичок з організації та проведення маркетингового аудиту; пошук й аналіз потенційних напрямів розвитку маркетингової діяльності підприємства

ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ:

розгляд теоретичних питань сутності маркетингового аудиту, уміння використовувати набір інструментів проведення маркетингового аудиту на різних рівнях діяльності



Вивчивши курс, ви отримаєте відповіді на такі

В чому необхідність
проведення
маркетингового
аудиту



питання як:



Послідовність проведення
маркетингового аудиту

Основні напрями
аудиту?



Кому потрібен
маркетинговий
аудит на
практиці



Які стандарти
та методи
проведення аудиту
діяльності



Зміст дисципліни:

Тема 1. Маркетинговий аудит у системі передумов ринкової діяльності підприємства

Тема 2. Організація та планування маркетингового аудиту

Тема 3. Оцінка структури управління маркетингом

Тема 4. Аудиторська перевірка маркетингового середовища підприємства

Тема 5. Аудит маркетингової товарної політики підприємства

Тема 6. Маркетинговий аудит цінової політики

Тема 7. Маркетинговий аудит політики розподілу

Тема 8. Аудит комунікаційної політики

