ПАСПОРТ НАУКОВОГО ГУРТКА

Назва	Організація та методика економічного і маркетингового аналізу
Навчально-науковий структурний підрозділ	кафедра маркетингу та логістики
Науковий керівник	д.е.н., проф. Лишенко М.О.
Напрям науково-дослідної роботи	**Мета:** набуття знань та практичних навичок з методики здійснення аналізу на різних рівнях господарювання з метою комплексного оцінювання результатів господарювання, обґрунтування та визначення внутрішніх резервів раціонального використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів для прийняття науково обґрунтованих управлінських рішень. **Напрям науково-дослідної роботи** - застосовування теоретичних знань щодо функціонування та розвитку суб'єктів господарювання; - вирішення аналітичних задач з використанням методів та прийомів економічного аналізу; - аналіз виробництва та реалізації сільськогосподарської та промислової продукції, надання послуг, витрат та собівартості підприємства, використання земельних, трудових, матеріальних ресурсів підприємства, його фінансові результати та рентабельність; оцінювання та аналіз маркетингової діяльності та конкурентоспроможність підприємства і його продукції; - застосування знань у практичних ситуаціях для дослідження, оцінювання та визначення резервів; розробка заходів, які спрямовані на підвищення ефективності функціонування господарюючого суб'єкта.
Наукова проблема, над якою працює гурток	Використання методів та способів проведення економічного аналізу на підприємстві. Аналіз використання ресурсів підприємства. Аналіз фінансового стану , зовнішньоекономічної та інвестиційної та маркетингової діяльності підприємства.
Наукова школа, в рамках якої виконуються наукові дослідження	Маркетингове забезпечення ринку агропродовольчої продукції в умовах сталого розвитку
Кількість членів наукового гуртка	27
З якого часу працює	2009
Очікування від діяльності наукового гуртка	засвоєння знань та вироблення у студентів вміння та навиків кваліфіковано аналізувати виробництво, робити обґрунтовані висновки, запропонувати шляхи поліпшення роботи, допомогти студентам розібратися у питаннях організації та методики економічного і маркетингового аналізу; надати їм необхідні теоретичні знання та практичні навички розв'язання різних ситуацій, що виникають на підприємствах; навчити управляти господарською діяльністю, інтерпретувати фактичний матеріал, надавати об'єктивну оцінку результатам господарювання, навчити студентів глибоко розуміти сутність економічних явищ та процесів при вивченні дисципліни, виробітку стратегії і тактики розвитку підприємства.