

Кафедра маркетингу

**«ЗАТВЕРДЖЕНО»**  
завідувач кафедри маркетингу

Касян С.Я. 

«10» липня 2022 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА  
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«МАРКЕТИНГОВЕ ДІАГНОСТУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ»**

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	«Маркетинг»
Спеціалізації	-
Статус	Обов'язкова
Загальний обсяг	5 кредитів ЄКТС (150 годин)
Форма підсумкового контролю	екзамен
Термін викладання	4-й семестр, 7-8 квартали
Мова викладання	українська

Викладач: д.е.н., професор, професорка кафедри маркетингу Гармідер Л.Д.

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро  
НТУ «ДП»  
2022

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетингове діагностування господарської діяльності» для бакалаврів освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу Дніпро. : НТУ «ДП», 2022. 15 с.

Розробниця: д.е.н., професор, професорка кафедри маркетингу Гармідер Л.Д.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки здобувачів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № 7 від 07.07. 2022 р.).

## ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ .....	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ .....	5
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ .....	6
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ .....	6
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ .....	8
6.1. Шкали.....	8
6.2. Засоби та процедури .....	8
6.3. Критерії .....	9
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ .....	13
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	13

## 1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПР) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни Ф11 «Маркетингове діагностування господарської діяльності» віднесено наступні результати навчання:

ПР2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПР3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
ПР4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію
ПР6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПР9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

**Мета дисципліни** – формування науково-теоретичних знань та практичних навичок щодо дослідження середовища, цілей, стратегій і складових маркетингу з метою розробки реальних рекомендацій щодо поліпшення ефективності діяльності підприємства за рахунок активізації маркетингових резервів.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні.

## 2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР2	ПР2.1-Ф11	здійснювати комплексний аудит маркетингової діяльності підприємства, знаходити шляхи та резерви удосконалення маркетингу підприємства відповідно до результатів аудиту за постійно змінюваних ринкових умов
ПР3	ПР3.1-Ф11	використовувати мінімальний практичний інструментарій маркетингової діагностики для проведення аналізу господарської діяльності з мінімальними фінансовими витратами у максимально короткий термін, якісно та ефективно
ПР4	ПР4.1-Ф11	аналізувати стан та структуру макросередовища, особливості аудиту середовища маркетингу та оцінювати стан можливостей підприємства
	ПР4.2-Ф11	проводити аудит маркетингової товарної, цінової політики, політики розподілу та комунікаційної політики
ПР6	ПР6.1-Ф11	оцінювати стан можливостей підприємства за допомогою методів маркетингового аудиту та визначати ефективність маркетингової

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
		діяльності підприємства
	ПР6.2-Ф11	обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів
ПР9	ПР9.1-Ф11	визначати ризики провадження маркетингової діяльності та враховувати їх вплив при прийнятті управлінських рішень
	ПР9.2-Ф11	аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища та приймати обґрунтовані рішення щодо управління ризиками

### 3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 4-му семестр (7, 8 чвертях) відповідно до навчального плану. Вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих з попередньо вивчених дисциплін, а саме:

Ф1 Маркетинг	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Ф8 Маркетингова товарна політика	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
Б4 Основи організації бізнесу	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення
Б2 Мікро- економіка	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

#### 4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години					
	денна			заочна		
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	обсяг*	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	34	26	80	10	70
практичні	90	34	56	100	10	90
<b>РАЗОМ</b>	<b>150</b>	<b>68</b>	<b>82</b>	<b>180</b>	<b>20</b>	<b>160</b>

\* Примітка: різниця в кількості годин між денною та заочною формами навчання пов'язана з перерозподілом кредитів (годин), що відведені для вивчення дисципліни «Фізична культура та спорт» в межах навчального плану за заочною формою навчання

#### 5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	<b>ЛЕКЦІЇ</b>	<b>60</b>
	<b>Тема 1. Маркетингове діагностування в системі ринкової діяльності підприємства.</b>	
ПР2.1-Ф11 ПР3.1-Ф11 ПР6.1-Ф11	1.1. Маркетингове діагностування як інструмент аналізу господарської діяльності 1.2. Цілі, завдання і функції маркетингового діагностування. 1.3. Способи проведення та вимоги до здійснення маркетингового діагностування. 1.4. Структуризація та особливості процесу маркетингового діагностування.	7
	<b>Тема 2. Діагностування маркетингового середовища підприємства.</b>	
ПР3.1-Ф11 ПР4.1-Ф11 ПР6.1-Ф11 ПР9.2-Ф11	2.1. Зміст процесів оцінювання маркетингового середовища підприємства. 2.2. Діагностування зовнішнього середовища маркетингу. 2.3. Зміст і значення оцінювання маркетингового мікросередовища. 2.4. Сучасні методи аналізу ринку та їх характеристики. 2.5. Аналіз стану і динаміки демографічних, економічних, природних, науково-технічних, політичних чинників: зміст, особливості, проблеми. 2.6. Аналіз поведінки споживачів в процесі проведення аудиту. 2.7. Маркетинговий аналіз конкуренції і конкурентів та умов його застосування.	8
	<b>Тема 3. Діагностування стратегічних цілей підприємства</b>	
ПР3.1-Ф11 ПР2.1-Ф11 ПР6.1-Ф11 ПР9.1-Ф11	3.1. Визначення місії фірми, цілей, маркетингових цілей підприємства. 3.2. Аналіз відповідності маркетингових цілей можливостям, ресурсам і реальному конкурентному становищу підприємства. 3.3. Аналіз організаційних структур підприємств 3.4. Особливості складників маркетингової стратегії	8

	3.5. Структура маркетингового діагностування цілей підприємства	
ПР3.1-Ф11 ПР2.1-Ф11 ПР4.2-Ф11 ПР6.1-Ф11 ПР9.1-Ф11 ПР9.2-Ф11	<b>Тема 4. Діагностування системи показників ефективності діяльності підприємства</b>	7
	4.1. Діагностика існуючої на підприємстві системи оцінки ефективності підприємства на підставі взаємопов'язаних показників ефективності та результативності.	
	4.2. Показники результативності системи менеджменту, продажів, маркетингу, фінансів, виробництва..	
	4.3. Структура маркетингового діагностування системи показників ефективності підприємства.	
ПР3.1-Ф11 ПР2.1-Ф11 ПР4.2-Ф11 ПР6.1-Ф11 ПР6.2-Ф11	<b>Тема 5. Діагностування організації маркетингу на підприємстві.</b>	8
	5.1. Роль служби маркетингу на підприємстві.	
	5.2. Еволюція маркетингу та його організаційні структури..	
	5.3. Інтегрована система маркетингу на підприємстві	
	5.4. Аналіз задач та функцій маркетингу.	
	5.5. Структура діагностики маркетингової діяльності підприємства	
5.6. Структура діагностики операційної діяльності за інструментами «4Р»: продукт, ціна, просування, ринки збуту.		
ПР3.1-Ф11 ПР4.1-Ф11 ПР4.2-Ф11 ПР6.2-Ф11 ПР9.2-Ф11	<b>Тема 6. Діагностування системи закупівель та логістики на підприємстві.</b>	8
	6.1. Аналіз бізнес-процесів «закупівлі» та «логістики», що виконують логістичні функції фізичного розподілу всіх видів потоків: матеріалів, сировини, готових виробів, інформації, які супроводжують переміщення товару від виробника до споживача з метою задоволення потреб споживачів та отримання прибутку (маркетинг-логістики).	
	6.2. Структура діагностування маркетинг-логістики	
ПР3.1-Ф11 ПР4.1-Ф11 ПР4.2-Ф11 ПР6.2-Ф11 ПР9.2-Ф11	<b>Тема 7. Діагностування системи збуту на підприємстві.</b>	7
	7.1. Аналіз цілей, задач, функцій служби збуту, показники ефективності діяльності служби збуту.	
	7.2. Контроль результатів системи збуту: Аналіз результатів збуту, частки ринку, прибутковості, неекономічних показників..	
	7.3. Структура діагностики системи збуту на підприємстві.	
ПР3.1-Ф11 ПР2.1-Ф11 ПР6.1-Ф11 ПР6.2-Ф11 ПР9.1-Ф11 ПР9.2-Ф11	<b>Тема 8. Діагностування ризиків маркетингової діяльності.</b>	7
	8.1. Економічна сутність ризиків суб'єктів господарювання.	
	8.2. Маркетинговий ризик у складі ризиків за видами економічної діяльності.	
	8.3. Методи оцінювання маркетингових ризиків.	
	<b>ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ</b>	<b>90</b>
ПР3.1-Ф11 ПР2.1-Ф11	Тема 1. Маркетингове діагностування в системі ринкової діяльності підприємства	11
	Тема 2. Діагностування маркетингового середовища підприємства.	12
ПР4.1-Ф11	Тема 3. Діагностування стратегічних цілей підприємства.	11
ПР4.2-Ф11	Тема 4. Діагностування системи показників ефективності діяльності підприємства.	12
ПР6.1-Ф11	Тема 5. Діагностування організації маркетингу на підприємстві.	11

Тема 6. Діагностування системи закупівель та логістики на підприємстві	11
Тема 7. Діагностування системи збуту на підприємстві.	11
Тема 8. Діагностування ризиків маркетингової діяльності.	11
<b>РАЗОМ</b>	<b>150</b>

## **6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ**

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <http://surl.li/bgruz>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувачів за дисципліною.

### **6.1. Шкали**

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

#### **Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»**

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

### **6.2. Засоби та процедури**

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії здобувачів за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.



Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

### *Засоби діагностики та процедури оцінювання*

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні запитання за кожною темою	відповідь на запитання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів
практичні	аналітично-розрахункові завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		виконання ККР під час екзамену за бажанням студента

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольних та індивідуального завдань.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

### **6.3. Критерії**

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

#### *Загальні критерії досягнення результатів навчання для 6-го кваліфікаційного рівня за НРК*

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<i>Знання</i>		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	- високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
Рівень знань незадовільний	<60	
<b>Уміння/навички</b>		
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
<b>Комунікація</b>		
♦ донесення до фахівців і	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова:	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<p>нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації;            ♦ збір, інтерпретація та застосування даних;            ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильна;</li> <li>- чиста;</li> <li>- ясна;</li> <li>- точна;</li> <li>- логічна;</li> <li>- виразна;</li> <li>- лаконічна.</li> </ul> <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- послідовний і несуперечливий розвиток думки;</li> <li>- наявність логічних власних суджень;</li> <li>- доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням;</li> <li>- правильна структура відповіді (доповіді);</li> <li>- правильність відповідей на запитання;</li> <li>- доречна техніка відповідей на запитання;</li> <li>- здатність робити висновки та формулювати пропозиції</li> </ul>	
	<p>Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами.            Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами.            Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами</p>	90-94
	<p>Добре володіння проблематикою галузі.            Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)</p>	85-89
	<p>Добре володіння проблематикою галузі.            Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)</p>	80-84
	<p>Добре володіння проблематикою галузі.            Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)</p>	74-79
	<p>Задовільне володіння проблематикою галузі.            Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)</p>	70-73
	<p>Часткове володіння проблематикою галузі.            Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)</p>	65-69
	<p>Фрагментарне володіння проблематикою галузі.            Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)</p>	60-64
	<p>Рівень комунікації незадовільний</p>	<60
<b>Відповідальність і автономія</b>		

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами;</li> <li>◆ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах;</li> <li>◆ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти;</li> <li>◆ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп;</li> <li>◆ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії</li> </ul>	<p>Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на:</p> <p>1) управління комплексними проектами, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію;</li> <li>- здатність до роботи в команді;</li> <li>- контроль власних дій;</li> </ul> <p>2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів;</li> <li>- самостійність під час виконання поставлених завдань;</li> <li>- ініціативу в обговоренні проблем;</li> <li>- відповідальність за взаємовідносини;</li> </ul> <p>3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання професійно-орієнтованих навичок;</li> <li>- використання доказів із самостійною і правильною аргументацією;</li> <li>- володіння всіма видами навчальної діяльності;</li> </ul> <p>4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ступінь володіння фундаментальними знаннями;</li> <li>- самостійність оцінних суджень;</li> <li>- високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок;</li> <li>- самостійний пошук та аналіз джерел інформації</li> </ul>	95-100
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

## 7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інсталюваний на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365.

## 8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### *Основна література:*

1. Корягіна С. В., Корягін М. В. Маркетинговий аудит: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2014. - 320 с.
2. Маркетинговий аудит: Навчально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська;. КПП ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 669 Кбайт). – Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 46 с.
3. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит : навчальний посібник. К.:КНЕУ, 2017. 353с.

### *Додаткова література:*

4. Маркетинговий аудит. Чебор С.І, Ларіна Я.С., Луцій О.П. Навч. посібник. К.: Наш час, 2011. 540с.
5. Harmider L., Staszewska J., Hohchar L.A. Development of the enterprise personnel with the application of internal marketing elements. *Економічний вісник УДХТУ*. 2021. № 1(13) С. 119-126. URL : <https://cutt.ly/xPJyedU>
6. Garmider L.D., Gonchar L.A. The basic strategy of potential development of the commercial enterprises. *Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds*. 1 st edition, Prague Institute for Qualification Enhancement: Prague, 2018, P. 52-60
7. Гармідер Л.Д., Гончар Л.А. Обґрунтування стратегії розвитку підприємства. *Проблеми економіки транспорту*. 2018. № 16. С. 51-59. URL : <https://cutt.ly/OPJy0aq>
8. Гармідер Л.Д., Гончар Л.А. Сегментація ринку молокопереробної галузі. *Економічний вісник УДХТУ*. 2017. №1 (5). С. 96-101. URL : <https://cutt.ly/JPJuufF>
9. Гармідер Л.Д., Тараненко І.В., Колечкін І.В. Маркетингове дослідження та сегментування цільового ринку туристичних послуг в Україні *Ефективна економіка*. 2016. №7. URL: <https://cutt.ly/jPJubiG>

## **Інформаційні ресурси:**

10. Офіційний сайт Національної бібліотеки ім. Вернадського. URL : [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)

11. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

12. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL : [www.uam.kneu.kiev.ua/](http://www.uam.kneu.kiev.ua/)

13. Офіційний сайт Української асоціації прямого продажу. URL : [www.udsa.org.ua](http://www.udsa.org.ua)

14. Офіційний сайт Асоціації зовнішньої реклами України. URL : [www.outdoor.org.ua](http://www.outdoor.org.ua)

15. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL : <http://adcoalition.org.ua>

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«Маркетингове діагностування господарської діяльності»  
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
освітньої програми «Маркетинг», спеціальності 075 Маркетинг

Розробниця:  
Лариса Дмитрівна Гармідер

В редакції авторки

Підготовлено до виходу в світ  
у Національному технічному університеті  
«Дніпровська політехніка».  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842  
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19