Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинговий аудит

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
(шифр і назва)

спеціальність 075 «Маркетинг»
(шифр і назва)

освітня програма Маркетинг
(шифр і назва)

спеціалізація
(шифр і назва)

вид дисципліни За вибором
(обов'язкова / за вибором)

інститут ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія»

2025 / 2026 навчальний рік

ВСТУП

Силабус навчальної дисципліни «Маркетинговий аудит» складено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки «Маркетинг»

_____ першого (бакалаврського) рівня вищої освіти_____
(назва рівня вищої освіти)

спеціальності _____075 «Маркетинг»_____

спеціалізації _____

Інформація про кафедру	Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва Department of marketing and trade entrepreneurship сайт кафедри http://mtp.uipa.edu.ua/
Інформація про викладача (-ів)	кандидат економічних наук, доцент Польова Тетяна Володимирівна посилання на профайл викладача: http://mtp.uipa.edu.ua/category/sklad-kafedri-1/ електронна пошта: t.poliova@karazin.ua
Сторінка дисципліни в системі дистанційного навчання	https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=10602
Консультації з викладачем (-ами)	**Онлайн консультації:** кандидат економічних наук, доцент Польова Тетяна Володимирівна щоп'ятниці з 16:00 -17:00 за посиланням https://us02web.zoom.us/j/2204086170?pwd=taVo20pi93bUVBiuhjZYX45oXb7miv.1&omn=88675975896

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинговий аудит» є формування у студентів загальних і фахових компетентностей з маркетингового аудиту як інструменту оцінки ефективності бізнесу.

Вивчення дисципліни дозволяє студентам:

- оволодіти теоретичними знаннями та практичними навичками застосування інструментів маркетингового аудиту для оцінки ефективності бізнесу;
- зрозуміти принципи організації та методики проведення маркетингового аудиту, включаючи застосування міжнародних стандартів аудиту;
- навчитися аналізувати звітність підприємства, зокрема Звіт про управління, для визначення стану підприємства, перспектив розвитку та ризиків;
- опанувати аналітичні процедури та прийоми, що використовуються в маркетинговому аудиті, включаючи методи бізнес-аналізу, порівняльний аналіз, факторний аналіз, ABC- та XYZ-аналіз, SWOT-аналіз;
- зрозуміти роль внутрішнього аудиту у підвищенні ефективності системи внутрішнього контролю та запобіганні шахрайству;
- навчитися проводити аудит окремих складових діяльності компанії, включаючи нематеріальні активи, матеріальні оборотні активи та інвестиційні проєкти;
- оволодіти методиками оптимізації витрат, покращення результативності діяльності.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

– освоєння практики ревізії та об’єктивної оцінки стану бізнесу відповідно до його маркетингової діяльності;

– забезпечення здатності виявити проблемні ділянки та сильні сторони діяльності, як в цілому, так і складових, наприклад, магазину, соцмереж, сайту;

– формування розуміння наскільки ефективний маркетинговий відділ та як його робота позначається на компанії;

– формування уміння контролювати доходи та витрати компанії з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень, у тому числі за центрами відповідальності.

1.3. Кількість кредитів 6

1.4. Загальна кількість годин 180

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	-й
Семестр	
5-й	-й
Лекції	
40 год.	- год.
Практичні, семінарські заняття	
50 год.	- год.
Лабораторні заняття	
- год.	- год.

Самостійна робота	
90 год.	- год.
у тому числі індивідуальні завдання	
8 год.	

1.6. Заплановані результати навчання

Заплановані результати навчання

ПР 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПР 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПР 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПР 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Організація і методика маркетингового аудиту.

Тема 1. Розвиток аудиторської діяльності в Україні в контексті дії Міжнародних стандартів аудиту

Інформаційне забезпечення аудиторської діяльності. МСА 200 «Загальні цілі незалежного аудитора та проведення аудиту відповідно до Міжнародних стандартів аудиту». МСА 230 «Аудиторська документація». МСА 265 «Повідомлення інформації про недоліки внутрішнього контролю тим, кого наділено найвищими повноваженнями, та управлінському персоналу». МСА 450 «Оцінювання викривлень, виявлених під час аудиту». МСА 520 «Аналітичні процедури».

Тема 2. Аудиторське вивчення Звіту про управління компанії для визначення стану, перспектив її розвитку та ризиків

Ознайомлення з особливостями складання Звіту про управління, висвітлення у ньому аспектів діяльності підприємства. Оптимальність наповнення розділів Звіту за окремими характеристиками діяльності (організаційна структура підприємства і опис особливостей діяльності; результати діяльності; ліквідність та зобов'язання; капітальні та фінансові інвестиції; дослідження і розробки; об'єкти інтелектуальної власності сфери індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг; екологічні аспекти; соціальні аспекти, кадрова політика, заходи безпеки праці; ризики бізнесу; перспективи розвитку підприємства тощо). Підходи до інформаційного розкриття напрямів діяльності та річних результатів з акцентом на нефінансових складниках Звіту про управління для вироблення цілісного підходу до презентації даних. Пропозиції щодо сучасного креативного формату Звіту про управління для найкращого оприлюднення бізнес досягнень (за умов невизначеності та ризику), а також майбутніх можливостей бізнесу.

Тема 3. Інформаційне забезпечення аналітичних процедур в аудиті та основні прийоми

Характеристика та умови застосування методів аналізу, що використовуються в процесі маркетингового аудиту підприємства. Система аналітичних показників.

Класифікація факторів для аналітичних процедур з аудиту. Особливості формування якісної інформаційної бази для аналізу. Метод і методичні прийоми бізнес-аналізу. Прийом порівняння і його застосування. Балансовий прийом. Елімінування як прийом розрахунку впливу факторів (прийом ланцюгових підстановок, спосіб абсолютних різниць, спосіб відносних різниць, інтегральний метод, метод корегування, спосіб відсоткових чисел, спосіб питомої участі). Прийом аналітичних групувань.

Зміст та особливості застосування аналізу рівня і структури ціни в процесі аудиту.

Інтегрований АВС та XYZ-аналіз: суть, мета та особливості здійснення. SWOT-аналіз у маркетинговому аудиті: суть, якісні та кількісні методики здійснення.

Тема 4. Внутрішній аудит: необхідність та завдання

Внутрішній аудит як інструмент підвищення ефективності системи внутрішнього контролю бізнес-процесів підприємства. Особливості організації служби внутрішнього аудиту. Виявлення помилок, шахрайства та їх запобігання за допомогою внутрішнього аудиту. Методика проведення внутрішнього аудиту окремих систем управління, маркетингу на підприємстві.

Розділ 2. Аудит окремих складових

Тема 5. Аудит нематеріальних активів компанії

Завдання аудиту прав на комерційні позначення, комерційні таємниці, захист від недобросовісної конкуренції. Джерела інформації аудиту нематеріальних активів та аудиторські докази. Процедури аудиту нематеріальних активів. Організаційне, методичне та інформаційне забезпечення аудиту та принципи аудиторської перевірки прав на комерційні позначення та інших об’єктів сфери маркетингу.

Тема 6. Перевірка правильності визнання та оцінки вартості нематеріальних активів сфери маркетингу

Критерії визнання нематеріальних активів ресурсами компанії. Достовірна оцінка та ідентифікація нематеріальних активів. Зарахування на баланс компанії об’єктів нематеріальних активів (прав на комерційні позначення, окремих об’єктів прав промислової власності). Роль нематеріальних активів у створенні загальної цінності компанії. Проблеми реальності відображення прав на засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту товарів та послуг у звітності.

Формування необхідної інформаційної бази для проведення оцінки нематеріальних активів. Характеристика основних підходів до оцінки нематеріальних активів. Сутність методів оцінки нематеріальних активів, їх загальна характеристика та принципи застосування. Фактори, що впливають на процеси економічного оцінювання нематеріальних активів, стан сучасних методик оцінювання та шляхи їх вдосконалення і практичного застосування.

Тема 7. Аудит матеріальних оборотних активів компанії

Організаційне, методичне та інформаційне забезпечення перевірки та принципи аудиту матеріальних оборотних активів. Дотримання норм витрат запасів. Вивчення ефективності внутрішнього контролю матеріальних оборотних активів.

Тема 8. Аудит інвестиційних проєктів

З’ясування змістових характеристик аудиту інвестиційних проєктів для зменшення інформаційного ризику користувачів фінансових звітів. Інформаційно-аналітичне забезпечення перевірки, організація аудиту інвестиційних проєктів за передінвестиційною

стадією, фазою інвестування проєкту, узагальнення та реалізації аудиту інвестиційних проєктів. Функції аудиту інвестиційних проєктів. Планування процесу аудиту. Методика перевірки стану розробки та реалізації інвестиційних проєктів. Застосування відповідних аудиторських процедур, складання робочих документів аудитора та надання підсумкового звіту.

Тема 9. Аудит як інструмент оптимізації витрат компанії та покращення результативності діяльності

Організаційне, методичне та інформаційне забезпечення аудиту, завдання та принципи перевірки витрат і собівартості продукції (товарів, посліг). Аналітичні процедури дослідження витрат діяльності. Оцінювання раціональності способу збуту продукції підприємства.

Методичне та інформаційне забезпечення аудиту, принципи аудиторської перевірки формування доходів і фінансових результатів. Аналіз ефективності системи збуту. Аналітичні процедури дослідження рентабельності і чинників, що її визначають на підприємстві.

Аудит результативності маркетингу (аналіз ефективності витрат, аналіз прибутковості). Методика підрахунку резервів збільшення прибутку та рентабельності.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Організація і методика маркетингового аудиту												
Тема 1. Розвиток аудиторської діяльності в Україні в контексті дії Міжнародних стандартів аудиту	17	4	4			9	–	–	–	–	–	–
Тема 2. Аудиторське вивчення Звіту про управління компанії для визначення стану, перспектив її розвитку та ризиків	22	6	6			10	–	–	–	–	–	–
Тема 3. Інформаційне забезпечення аналітичних процедур в аудиті та основні прийоми	21	4	6			9	–	–	–	–	–	–
Тема 4. Внутрішній аудит: необхідність та завдання	17	4	6			9	–	–	–	–	–	–
Разом за розділом 1	77	18	22			37	–	–	–	–	–	–
Розділ 2. Аудит окремих складових												
Тема 5. Аудит нематеріальних активів компанії	21	6	6			9	–	–	–	–	–	–
Тема 6. Перевірка правильності визнання та	19	4	6			9	–	–	–	–	–	–

оцінки вартості нематеріальних активів сфери маркетингу												
Тема 7. Аудит матеріальних оборотних активів компанії	17	4	6			9	–	–	–	–	–	–
Тема 8. Аудит інвестиційних проєктів	17	4	4			9	–	–	–	–	–	–
Тема 9. Аудит як інструмент оптимізації витрат компанії та покращення результативності діяльності	21	4	6			9	–	–	–	–	–	–
Разом за розділом 2	95	22	28			45	–	–	–	–	–	–
Усього годин	180	40	50		8	82	–	–	–	–	–	–

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Розвиток аудиторської діяльності в Україні в контексті дії Міжнародних стандартів аудиту	4
2	Аудиторське вивчення Звіту про управління компанії для визначення стану, перспектив її розвитку та ризиків	6
3	Інформаційне забезпечення аналітичних процедур в аудиті та основні прийоми	6
4	Внутрішній аудит: необхідність та завдання	6
5	Аудит нематеріальних активів компанії	6
6	Перевірка правильності визнання та оцінки вартості нематеріальних активів сфери маркетингу	6
7	Аудит матеріальних оборотних активів компанії	6
8	Аудит інвестиційних проєктів	4
9	Аудит як інструмент оптимізації витрат компанії та покращення результативності діяльності	6
	Разом	50

5. Завдання для самостійної робота

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Тема 1. Розвиток аудиторської діяльності в Україні в контексті дії Міжнародних стандартів аудиту. 1. Інформаційне забезпечення маркетингового аудиту: структура, значення, особливості. 2. Процес планування маркетингового аудиту та особливості його етапів. 3. Проблеми маркетингового аудиту розподільчої системи.	9
2	Тема 2. Аудиторське вивчення Звіту про управління компанії для визначення стану, перспектив її розвитку та ризиків.	10

	1. Пропозиції щодо сучасного креативного формату Звіту про управління для найкращого оприлюднення бізнес досягнень (за умов невизначеності та ризику), а також майбутніх можливостей. 2. Контроль ефективності роботи збутового персоналу. 3. Ризик виникнення незапитаної продукції: суть, чинники виникнення та шляхи зменшення. 4. Аудит можливостей підприємства	
3	Тема 3. Інформаційне забезпечення аналітичних процедур в аудиті та основні прийоми. 1. Портфельний аналіз як інструмент аудиторського оцінювання. 2. Результативність маркетингової діяльності та методи її аналізу. 3. Аудиторське оцінювання сегментації в процесі аналізу цільових ринків.	9
4	Тема 4. Внутрішній аудит: необхідність та завдання. 1. Аудит систем маркетингу: система маркетингової інформації, система планування маркетингу, система маркетингового контролю. 2. Аудит організаційної системи маркетингу: формальна структура, функціональна ефективність, ефективність взаємодії. 3. Стиль, рівень кваліфікації працівників системи просування, визначення їх ефективності.	9
5	Тема 5. Аудит нематеріальних активів компанії. 1. Аудит прав на захист від недобросовісної конкуренції. 2. Аудит прав на комерційні таємниці 3. Аудит прав на зазначення місця походження продукції, товару	9
6	Тема 6. Перевірка правильності визнання та оцінки вартості нематеріальних активів сфери маркетингу. 1. Оцінювання використання бренду: суть, методи та особливості. 2. Порядок ідентифікації нематеріальних активів сфери маркетингу. 3. Розрахунок вартості торговельної марки через дохід, який вона генерує. 4. Ринкова вартість популярних брендів.	9
7	Тема 7. Аудит матеріальних оборотних активів компанії. 1. Методи оцінювання товарних запасів. 2. Аналіз номенклатури і асортименту товарного пропонування. 3. Імідж товару та оцінювання його визначальних чинників. 4. Оцінювання якості продукції та її відповідності вимогам ринку в процесі товарного аудиту.	9
8	Тема 8. Аудит інвестиційних проєктів. 1. Система економічної інформації як база даних аудиту інвестиційних проєктів. 2. Структура міжнародних і внутрішньофірмових стандартів аудиту інвестиційних проєктів. 3. Методи і процедури аудиту інвестиційної привабливості проєкту. 4. Порядок збирання аудиторських доказів щодо ефективності інвестиційного проєкту.	9
9	Тема 9. Аудит як інструмент оптимізації витрат компанії та покращення результативності діяльності. 1. Аналітичні процедури в аудиті щодо формування фінансових результатів діяльності компанії та рентабельності бізнесу. 2. Аналіз стимулювання збуту: суть, завдання, ефективність. 3. Аналіз показників ефективності рекламної діяльності підприємства.	9
	Разом	82

6. Індивідуальні завдання

Виконання індивідуальних завдань створює умови для як найповнішої реалізації творчих можливостей студентів і має на меті поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти одержують у процесі навчання, а також застосування знань на практиці.

Навчальним планом передбачено підготовку реферату для студентів денної форми навчання. На підставі індивідуально виконаних рефератів, студенти готують тези доповіді для презентації на практичних заняттях.

Індивідуальні завдання виконуються особою, яка навчається, самостійно із одержанням необхідних консультацій з боку науково-педагогічного працівника.

7. Методи навчання

Освітні технології (проблемне навчання, аудіовізуальні технології, технологія студентоцентрованого навчання тощо).

Залежно від виду занять використовуються такі методи:

– на лекціях – різні види бесід, пояснення, лекція; пояснювально-ілюстративний, репродуктивний та метод проблемного викладу; ілюстрація та демонстрація;

– на практичних заняттях – тестування, виконання практичних завдань, аналіз практичних ситуацій;

– у ході самостійної навчально-пізнавальної діяльності – вивчення навчальної та наукової літератури; аналіз, систематизація, класифікація, конспектування освітньої інформації; виконання практичних завдань, пошук відповідей на запитання, складання таблиць.

8. Методи контролю

Для визначення рівня засвоювання студентами навчального матеріалу використовуються поточний та підсумковий контролі.

Поточний контроль:

Поточний контроль проводиться науково-педагогічними працівниками на усіх видах аудиторних занять протягом семестру. Поточний контроль проводитися у формі усного опитування / письмового контролю на практичних заняттях, виступів здобувачів вищої освіти при обговоренні питань на заняттях, підготовки і захисту рефератів, у формі комп'ютерного тестування в системі електронного навчання Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Оцінки за роботу здобувачів вищої освіти на лекціях та результати поточного контролю враховуються при формуванні семестрової підсумкової оцінки.

Підсумковий контроль:

Підсумковий семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання студентів за семестр, яке здійснюється за дисципліною у формі екзамену. Підсумковий семестровий контроль визначає ступінь досягнення здобувачами вищої освіти запланованих результатів навчання, що визначені робочою програмою навчальної дисципліни.

Співвідношення балів за роботу здобувача впродовж семестру та за екзамен з дисципліни – 60/40.

Організація та проведення контрольних заходів регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в Харківському національному університету ім. В.Н. Каразіна.

9. Схема нарахування балів

Для підсумкового семестрового контролю при проведенні семестрового екзамену

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання											Екзамен	Сума
Розділ 1				Розділ 2					Індивідуальне завдання (реферат)	Разом		
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9				
5	6	6	5	6	6	6	6	6	8	60	40	100

Т1, Т2 ... – теми розділів.

Для допуску до складання підсумкового контролю (екзамену) здобувач вищої освіти повинен набрати не менше 30 балів з навчальної дисципліни під час поточного контролю, самостійної роботи, індивідуального завдання.

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література

1. Аудит : навч. посіб. / Л. І. Жидєєва, О. П. Колісник, К. Д. Салямон-Міхєєва. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2019. – 312 с.

2. Маркетинговий аудит : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 46 с.

3. Маркетинговий аудит : навч. посіб. / С. В. Корягіна. – Київ : Центр навчальної літератури, 2019. – 320 с.

4. Огійчук М. Ф., Новіков І. Т., Рагуліна І. І. Аудит : навч. посіб. – 4-е вид., перероб. і доп. – Київ : Алерта, 2020. – 852 с.

Допоміжна література

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, інших гарантій та супутніх послуг [Електронний ресурс] : видання 2020 р. – Режим доступу: https://www.apob.org.ua/wp-content/uploads/2024/04/Ukr_IAASB_HB_2020-Part_%D0%86.pdf. – Станом на 28.08.2024. – Назва з екрана.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс] : наказ Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р.

№ 242 // Верховна Рада України. Законодавство України : [база даних]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99. – Станом на 23.08.2024. – Назва з екрана.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [Електронний ресурс] : наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246 // Верховна Рада України. Законодавство України : [база даних]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99. – Станом на 23.08.2024. – Назва з екрана.

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» [Електронний ресурс] : наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. № 290 // Верховна Рада України. Законодавство України : [база даних]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99. – Станом на 23.08.2024. – Назва з екрана.

5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс] : наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318 // Верховна Рада України. Законодавство України : [база даних]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00. – Станом на 23.08.2024. – Назва з екрана.

6. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань [Електронний ресурс] : наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879 // Верховна Рада України. Законодавство України : [база даних]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14#Text. – Станом на 28.08.2024. – Назва з екрана.

7. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 21.12.2017 р. № 2258-VIII // Верховна Рада України. Законодавство України : [база даних]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/2258-19. – Станом на 28.08.2024. – Назва з екрана.

8. Про забезпечення аудиторськими фірмами системи зберігання аудиторської документації та іншої конфіденційної інформації [Електронний ресурс] : рішення Аудиторської палати України від 03.11.2011 р. № 240/10 // Верховна Рада України. Законодавство України : [база даних]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr_10230-11#Text. – Станом на 28.08.2024. – Назва з екрана.

9. Modern trends in digital transformation of marketing & management : collective monograph / edited by Olena Chukurna and Viktor Zamlynskyi. Košice : Vysoká škola bezpečnostného manažérstva v Košiciach, 2023. – 604 p.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. https://www.youtube.com/watch?v=OGCxzYDjNkw – Marketing Audit STRATEGIC MARKETING SERIES Lecture.
2. https://www.youtube.com/watch?v=9gjcYD1qggs – The Marketing Audit explained! Strategic Marketing Theories.
3. https://www.linkedin.com/pulse/digital-marketing-audits-why-your-business-needs-one-davis-phd-mba-zluzc – Digital Marketing Audits: Why Your Business Needs One Right Now.
4. https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-audit – Родріг Е. Що таке маркетинговий аудит?
5. https://localiq.com/blog/marketing-audit/ – Гловер Р. Як провести маркетинговий аудит за 6 кроків.
6. https://www.brafton.com/wp-content/uploads/2024/02/Brafton-Marketing-Audit-eBook.pdf – How to Conduct a Comprehensive Marketing Audit.

Зміст силабусу відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Завідувач кафедри МТП  Вікторія ЧОБІТОК