



МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

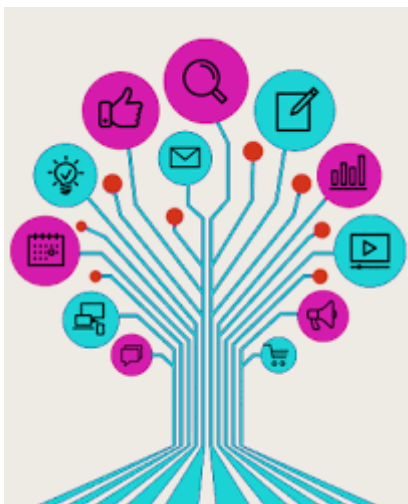


КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

ВИБІРКОВА ОСВІТНЯ КОМПОНЕНТА

«Маркетинговий аудит»





Вивчення освітньої компоненти «Маркетинговий аудит» дає загальне розуміння про організацію і проведення маркетингового аудиту, вивчення методологічних та організаційних прийомів його використання за сучасних умов маркетингової діяльності підприємства.



Предметом вивчення освітньої компоненти «Маркетинговий аудит» є формування здатності застосовувати набуті знання, уміння та навички з дисципліни для вирішення типових задач діяльності фахівця на відповідній посаді, включаючи участь у розробці маркетингових програм і плануванні маркетингових заходів на короткотермінову перспективу, розробці проектів окремих напрямків маркетингової діяльності, проведенні маркетингових досліджень, маркетингового аудиту, оцінці ефективності маркетингових заходів.





Метою викладання освітньої компоненти «Маркетинговий аудит» є надання науково-теоретичних знань та практичних навичок з організації і проведення маркетингового аудиту, вивчення методологічних та організаційних прийомів його використання за сучасних умов маркетингової діяльності підприємства.

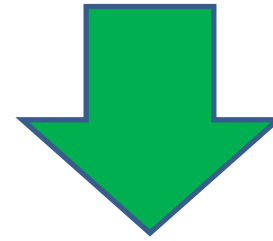
Основними завданнями освітньої компоненти «Маркетинговий аудит» є:

- сформувані у здобувачів вищої освіти стійких знань з теорії маркетингового аудиту підприємства;
- оволодіти методологією маркетингового аудиту з метою інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингових операцій, зниження ймовірності й сили комерційного ризику;
- допомогти здобувачам вищої освіти набуті вмінь і навичок для самостійного комплексного аудиту маркетингової діяльності підприємства, реалізувати набуті знання з пошуку шляхів і резервів удосконалення маркетингу підприємства відповідно до результатів аудиту та постійно змінюваних ринкових умов.

Основні теми освітньої компоненти:

- Теоретичні засади аудиту маркетингу
- Контроль маркетингу.
- Стратегічний контроль і аудит маркетингу.
- Аудит маркетингового середовища.
- Аудит стратегії маркетингу.
- Аудит організації служби маркетингу
- Аудит системи маркетингу.
- Аудит результативності маркетингу.
- Аудит функціональних складових маркетингу.
- Аналіз результатів аудиторської перевірки.
- Підбір персоналу для проведення аудиту.

За результатами навчання здобувачі вищої освіти здатні будуть:



управляти процесом аудиту маркетингової діяльності; здійснювати аналіз і розробку стратегії маркетингу на основі сучасних методів і передових наукових досягнень

застосовувати отримані знання при аналізі теоретичних і практичних проблем, пов'язаних з організацією і проведенням маркетингового аудиту

володіти методологією і методикою проведення наукових досліджень; застосовувати навички самостійної наукової і дослідницької роботи; застосовувати навички кількісного та якісного аналізу для прийняття управлінських рішень; володіти методикою побудови організаційно-управлінських моделей маркетингової діяльності.



Освітня компонента «Маркетинговий аудит» забезпечує набуття здобувачами вищої освіти певних компетентностей:



- Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
- Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.



Кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу

Де Ви будете навчатись?

Контакти

Facebook - Кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу Національного фармацевтичного університету

Телефон – (0572)-67-91-72

E-mail: fmm@nuph.edu.ua

Сайт - <https://mmf.nuph.edu.ua/>



Завідуючий кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу – докт. фарм. н., професор Малий Володимир Валентинович



Колектив кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!



КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

www.mmf.nuph.edu.ua

E-mail: fmm@nuph.edu.ua