

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету історії та міжнародних відносин

/Андрейко В.І./

06 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

Рівень вищої освіти	перший
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Предметна спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	«Маркетинг»
Статус дисципліни	обов'язкова
Мова навчання	українська

Ужгород 2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Економічний аналіз» для здобувачів вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг».

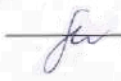
Розробник: **Бондаренко В.М.**, к.е.н., старший науковий дослідник, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту протокол № 13 від «28» червня 2024 р.

Завідувач кафедри  Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ»

протокол № 7 від «28» червня 2024 р.

Голова науково-методичної комісії  Мишко С.А.

© В.М. Бондаренко, 2024 р.

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2024р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	2-ий	3-ий
Кількість модулів – 2 Кількість змістовних модулів - 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: 4 аудиторних – 60 годин самостійної роботи студента – 60 години	4-ий	5-тий
	Лекції:	
	32	16
	Практичні (семінарські):	
	28	6
Вид підсумкового контролю: іспит	Лабораторні:	
	-	-
Форма підсумкового контролю: усний	Самостійна робота:	
	60	128

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни - розкрити суть та роль економічного аналізу в управлінні маркетинговою діяльністю, ознайомити студентів з теоретичними основами економічного аналізу та вміти використовувати їх на практиці, навчити застосовувати технічні/автоматичні прийоми для вирішення аналітичних задач майбутнього фахівця.

Предметом курсу є дослідження інформаційної бази діяльності підприємства для обґрунтування ефективних управлінських рішень в управлінні підприємством та сфері маркетингу.

Основними задачами вивчення дисципліни є:

- отримання теоретичних знань щодо проведення економічного аналізу;
- формування практичних навичок по виявленню факторів, оцінці їх впливу на основні економічні показники роботи підприємства;
- підготовка інформаційної бази для проведення економічного аналізу діяльності, як основи ефективних управлінських рішень;
- оволодіння методичним апаратом проведення економічного аналізу з урахуванням сучасних трендів економічної науки та маркетингової діяльності.

Теоретичну основу дисципліни складають: Вища математика для економістів, Основи економіки та підприємництва, Інформаційні та комунікаційні технології.

Відповідно до освітньої програми «Маркетинг», вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей**:

загальних:

Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (34).

Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків (35).

Здатність проведення досліджень на відповідному рівні (38).

Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (39).

Здатність спілкуватися іноземною мовою (ЗК10).

Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань /видів економічної діяльності) (312).

фахових (спеціальних):

Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу (С2).

Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими (С4).

Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів (С7).

Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків (С11).

Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності (СК14).

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Економічний аналіз» є опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми (ОП):

- Вища математика для економістів (ОК4);
- Основи економіки та підприємництва (ОК3);
- Інформаційні та комунікаційні технології (ОК6).

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Маркетинг», вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких **результатів навчання (Р)**:

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід і здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Р13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни:

Знати теоретичні засади та розуміти принципи маркетингової діяльності та вміти їх використовувати.	ПРН1
Знати фундаментальні принципи, теоретичні основи та прикладні навички здійснення маркетингової діяльності та вміти використовувати їх при аналізуванні та прогнозуванні ринкових явищ і процесів.	ПРН2
Вміти застосовувати отримані теоретичні та практичні знання з маркетингу в товарній діяльності підприємства.	ПРН3
Після вивчення дисципліни студенти зможуть ефективно збирати та аналізувати необхідну маркетингову інформацію, коректно розраховувати економічні та маркетингові показники, а також обґрунтовувати свої управлінські рішення, використовуючи відповідний аналітичний та методичний інструментарій.	ПРН4
Вміти виявляти й аналізувати основні характеристики маркетингових систем різного рівня, знати особливості поведінки їх суб'єктів.	ПРН5
Вміти застосовувати міждисциплінарний підхід і здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта	ПРН11
Вміти виявляти навички самостійної роботи, володіти гнучким мисленням, бути відкритим до здобуття нових знань, бути критичним до інших і самокритичним до себе при здійснюванні маркетингового аналізу та аудиту.	ПРН 12
Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами.	ПРН13

Очікувані результати навчання досягаються:

1) на ознайомчо-орієнтовному рівні знати: основні види економічного аналізу і принципи його проведення; систему взаємозалежних аналітичних показників; способи обробки економічної інформації;

2) на понятійно-аналітичному рівні знати: методику причинно-наслідкового аналізу; методику проведення комплексного економічного аналізу на підставі системного підходу; методику виявлення і визначення тенденцій діяльності підприємства; методику проведення коефіцієнтного аналізу фінансової діяльності підприємства; методику проведення аналізу ефективності використання основного і оборотного капіталу; методику проведення аналізу собівартості за елементами; методику проведення аналізу фінансових результатів діяльності підприємства і його фінансового стану;

3) вміти проводити комплексний аналіз господарської діяльності підприємства; обробляти економічну інформацію для проведення аналізу;

4) вміти аналізувати фінансову звітність підприємства із формуванням висновків про майновий стан підприємства, його доходи та грошовий потік;

5) вміти виявляти резерви до підвищення ефективності діяльності маркетингової діяльності підприємства;

6) вміти користуватися методикою аналізу основних результатів діяльності підприємства;

7) вміти обґрунтовувати управлінські рішення на підставі економічного аналізу.

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

Лекції (інформаційні, аналітичні, дискусійні, із застосуванням кейсових методів), які зосереджені економічних показниках, що відображають безпосередній вплив на маркетингові рішення. Кейси демонструють реальні ситуації з маркетингової практики.

Практичні-проектні заняття, що споямовані на розвиток практичних навичок студентів. Це виконання завдань, пов'язаних з аналізом фінансової звітності, розрахунком економічних показників, оцінкою ефективності діяльності підприємства. Проектні заняття дозволяють студентам працювати над комплексними завданнями, що вимагають застосування різних методів економічного аналізу.

Індивідуальні проектні завдання: сприяють розвитку самостійності та аналітичних здібностей студентів. Студенти вчаться самостійно проводити дослідження, аналізувати дані та формулювати висновки. Індивідуальні проектні завдання пов'язані з аналізом фінансового стану підприємства, оцінкою його конкурентоспроможності, аналізом ризиків тощо.

Самостійна робота студентів передбачає самостійне вивчення студентами теоретичного матеріалу, опанування методів економічного аналізу, роботу з фінансовою звітністю та статистичними даними. Самостійна робота сприяє розвитку навичок самоосвіти та відповідальності.

Застосування інтерактивних методів навчання.

Інтерактивні стратегії навчання для заохочення мовлення: такий метод сприяє розвитку комунікативних навичок студентів, їхньої здатності аргументувати свою точку зору та брати участь у дискусіях. Використання мозкових штурмів, дискусій та обговорень дозволяє студентам обмінюватися ідеями та знаходити спільні рішення.

Використання case-study навчання, підсумкових письмових індивідуальних проектних завдань, роботи над помилками, опитувань та оцінки -дозволяє студентам розвивати аналітичні здібності, критичне мислення та навички прийняття рішень.

Діяльність в командах: такий метод сприяє розвитку навичок роботи в команді та обміну досвідом: цей метод передбачає виконання студентами групових проектних практичних завдань. Робота в групах сприяє розвитку навичок співпраці, розподілу обов'язків та прийняття колективних рішень. Також забезпечує обмін досвідом у власних висновках та припущеннях.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Формами контролю результатів знань здобувачів вищої освіти є рубіжний (модульний) контроль, який складається із поточного контролю і модульного контрольного оцінювання, а також підсумковий (семестровий) контроль у вигляді іспиту.

У відповідності до навчального плану, на вивчення дисципліни «Економічний аналіз» відведено 4 кредити, що передбачає проведення двох модульних контролів, які складається з двох змістових модулів.

Кожен змістовий модульний контроль складається з поточного контролю (ПК) та модульного контрольного оцінювання (МКО).

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять (включає, в тому числі, перевірку якості підготовки індивідуальних проектних завдань, які винесені на самостійну роботу) і має на меті перевірку рівня підготовленості студента. Формами проведення поточного контролю з дисципліни є: індивідуальні про групові проектні завдання; експрес опитування; поточне тестування; розв'язок практичних кейсів; підсумкове контрольне опитування за кожною темою.

Модульне контрольне оцінювання – процедура визначення рівня засвоєння студентом навчального матеріалу відповідної дисципліни. МКО з дисципліни «Економічний аналіз» проводиться в усній формі шляхом захисту виконаних проектних робіт та опитування теоретичних знань. Форма контрольних робіт: теоретичні усні відповіді та захист проектного практичного індивідуального завдання на основі даних діючих фірм.

До модульного контрольного оцінювання допускаються всі студенти.

Виконання модульного контролю здійснюється студентом індивідуально. Студент може звернутися до викладача за поясненням змісту контрольного завдання.

Під час проведення модульної контрольної роботи дозволяється користуватися довідковими матеріалами, які визначені кафедрою та звітністю реальних підприємств. Студентам

забороняється в будь-якій формі обмінюватися інформацією та користуватися недозволеними матеріалами.

При порушенні студентом установлених правил проходження модульного контрольного оцінювання, викладач відсторонює його від виконання роботи, робить на ній відповідний запис і оцінює нулем балів. Результати контрольного заходу студента, який не з'явився на нього, також оцінюються нулем балів.

Результати перевірки проектних контрольних робіт доводяться до відома студентів не пізніше, ніж через три робочі дні після їх виконання. Студент, який не погоджується з оцінкою, має право звернутися до викладача і отримати ґрунтовне пояснення. У випадку незгоди з рішенням викладача, студент має право звернутися з письмовою апеляцією до завідувача кафедри не пізніше, ніж на наступний робочий день після оголошення результатів. Викладач і завідувач кафедри у присутності декана факультету та студента протягом трьох днів повинні розглянути апеляцію і прийняти остаточне рішення. У результаті апеляції оцінка студента не може бути знижена.

Змістові модульні контролю оцінюються максимально в 100 балів: 50 балів за поточну успішність, 50 балів за результат виконання модульної контрольної роботи. На виконання письмового компонента модульного контролю відводяться дві академічні години.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

	Поточне тестування та самостійна робота										Сума (сер. бал за модулі)
	Змістовний модуль 1				Змістовний модуль 2						
	T 1	T 2	T3	T4	T 5	T6	T7	T8	T9	T10	
Поточне тестування	50				50						50
Самостійна робота	10	10	10	20	10	10	10	10	5	5	50
Всього	50				50						100

Студент, який із поважної причини не з'явився на модульний контроль, за дозволом декана може скласти його у визначений деканатом термін.

Студент, який за результатами модульного контролю отримав оцінку «F» (0-34 бали), повинен перескласти цей модуль до проведення підсумкового (семестрового) контролю, згідно із затвердженим деканатом графіком або під час чергування викладачів на кафедрі. Без такого покращання він до підсумкового контролю не допускається.

Рейтингова оцінка з навчальної дисципліни визначається як середня арифметична сума балів, отриманих у результаті змістових модульних контролів, та виставляється за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою. Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС здійснюється в порядку, зазначеному в таблиці нижче.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання. Завданням підсумкового контролю є перевірка глибини засвоєння студентом програмного матеріалу дисципліни, логіки та взаємозв'язків між окремими її розділами, здатність творчого використання набутих знань, умінь сформулювати своє ставлення до певної проблеми, що впливає зі змісту дисципліни тощо. Підсумковий контроль з дисципліни «Економічний аналіз» проводиться у формі іспиту (теоретичне опитування та захист виконаного індивідуального проектного завдання).

До підсумкового контролю (іспиту) з навчальної дисципліни не допускаються студенти, які не виконали умов договору про навчання та усіх видів обов'язкових робіт (практичних, ситуаційних, тощо), передбачених робочою програмою, а також за результатами модульного контролю набрали менше 35 балів.

Якщо рейтингова оцінка за модульним контролем становить не менше 60 балів, то за згодою студента вона може бути зарахована як підсумкова семестрова оцінка з навчальної дисципліни. У протилежному випадку, або за бажанням підвищити рейтинг, студент складає екзамен.

Студенти, які під час підсумкового контролю отримали оцінку «незадовільно», мають право на два перескладання: перший раз – викладачу, другий раз (у разі незадовільної оцінки при першому перескладанні) – комісії. Комісія створюється завідувачем кафедри. До складу комісії обов'язково входять лектор та завідувач кафедри. Екзаменаційна оцінка, виставлена комісією, є остаточною.

При порушенні студентом дисципліни під час проведення підсумкового контролю екзаменатор відсторонює його від складання іспиту та виставляє йому оцінку «незадовільно».

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, шкалою ЄКТС та національною шкалою. Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС здійснюється в порядку, зазначеному в таблиці нижче.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання у оцінки за національною шкалою та шкалою ЄКТС

Оцінка в балах	За шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	Відмінно
82-89	B	Добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно
35-59	FX	Незадовільно
1-34	F	Незадовільно

Критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка знань, умінь і практичних навичок студента з навчальної дисципліни «Економічний аналіз» здійснюється за кредитно-модульною системою.

Модульне оцінювання включає оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни (див. таблицю).

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	M1		M2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні заняття в т. ч.:				
- Проектні практичні групові завдання	1	15	6	18
- Проектні практичні індивідуальні завдання	1	15	5	25
- Теоретичне опитування	4	20	1	7

Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом	7	100	13	100

Поточне оцінювання включає в себе перевірку рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи на занятті (теоретичний компонент оцінки, який складається з сумарних результатів проведених викладачем опитувань студентів і контрольних робіт) та індивідуальної проектної роботи студента (практичний компонент). Теоретична компонента оцінюється в межах від 7 до 20 балів в межах кожного змістового модуля, а практична в межах від 18 до 25 балів в межах кожного змістового модуля.

Оцінювання активності під час аудиторних занять здійснюється у межах 50 балів у кожному змістовому модулі:

- **31-50 балів** – відвідано не менше 90% семінарських занять та отримано оцінки «добре», «відмінно»;

- **21-30 балів** – відвідано не менше 75% семінарських занять та отримано оцінки «добре», «відмінно»;

- **11-20 балів** – відвідано не менше 60% семінарських занять та отримано оцінки «задовільно», «добре», «відмінно»;

- **1-10 балів** – відвідано не менше 50% семінарських занять та отримано оцінки «задовільно», «добре».

Оцінка за будь-який вид роботи встановлюється в межах від 5 балів та включає в себе наступні складові: 1) творчість та дієвість проекту; 2) впевнений захист, 3) виконання згідно встановлених вимог.

Контрольна робота за кожним змістовим модулем включає в себе виконання завдань репродуктивного (відтворення вивченого) характеру у формі теоретичного опитування та захисту виконаного індивідуального проектного завдання. Виконання модульної контрольної роботи оцінюється в діапазоні від 0 до 50 балів.

Контрольні роботи за обома змістовими модулями з дисципліни «Економічний аналіз» містять по 1 практичне завдання та відповідь на 2 теоретичних питання.

Неявка на модульну контрольну роботу – 0 балів.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Підсумковий контроль (іспит) з дисципліни «Економічний аналіз» включає 2 теоретичні завдання (1 з першого змістового модуля та 1 з другого змістового модуля) та усний захист 1 практичного розрахунково-аналітичного завдання з освітньої компоненти.

Повна відповідь на теоретичне питання оцінюється в 20 балів, а успішний захист практичного у 60 балів.

Загальні критерії підсумкового оцінювання приведені в таблиці.

Оцінка	Критерій
A	здобувачі вищої освіти повністю оволоділи програмою освітньої компоненти на творчому рівні, можуть дати відповіді на всі питання дисципліни, опанували рекомендовану літературу
B	здобувачі вищої освіти оволоділи програмою навчальної дисципліни на творчому рівні, проте у відповідях допустили неточності
C	здобувачі вищої освіти в основному оволоділи програмою навчальної дисципліни на продуктивному рівні, проте у відповідях допускають несуттєві помилки
D	здобувачі вищої освіти показали задовільні результати оволодіння навчальною програмою освітньої компоненти на репродуктивному рівні й при відповідях допускають помилки
E	здобувачі вищої освіти виявили мінімально достатній рівень знань з дисципліни, необхідний для продовження навчання, вивчили основні терміни курсу та орієнтуються в матеріалі базового підручника

FX	здобувачі вищої освіти не виявили достатнього рівня знань з дисципліни, необхідного для продовження навчання, вивчили не всі основні терміни курсу та слабо орієнтуються в матеріалі конспекту лекцій (оцінка передбачає виконання додаткових індивідуальних завдань для підвищення рівня знань та повторне складання підсумкового контролю)
F	здобувачі вищої освіти не виявили мінімально достатнього рівня знань з дисципліни, необхідного для продовження навчання, не вивчили основних термінів курсу та не орієнтуються в матеріалі конспекту лекцій (оцінка передбачає проходження повторного курсу навчальної дисципліни зі складанням підсумкового контролю)

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1. Аналіз діяльності підприємства в системі управління

Система управління підприємством: характеристика, склад та взаємозв'язок функцій. Поняття економічного аналізу: предмет, об'єкт, функції, роль та задачі. Принципи проведення економічного аналізу. Взаємозв'язок управлінських рішень та аналізу діяльності підприємства. Технологія прийняття управлінських рішень за результатами аналізу господарської діяльності.

Тема 2. Види економічного аналізу діяльності підприємства

Історія і перспективи розвитку економічного аналізу. Взаємозв'язок аналізу діяльності суб'єктів господарювання з іншими дисциплінами. Класифікація та взаємозв'язок видів економічного аналізу фірми. Характеристика основних економічного аналізу. Значення окремих видів економічного аналізу діяльності в управління підприємством.

Тема 3. Організаційно-інформаційне забезпечення аналітичних досліджень

Організація аналітичної роботи на підприємстві. Етапи проведення економічного аналізу на підприємстві. Система економічної інформації, її особливості. Сутність процесу забезпечення економічного аналізу інформацією і вимоги до неї. Класифікація інформаційного забезпечення економічного аналізу. Характеристика основних джерел інформаційного забезпечення аналізу діяльності суб'єктів господарювання.

Тема 4. Методичні прийоми аналітичних досліджень та їх класифікація

Сутність, зміст і особливості методу та методики економічного аналізу. Класифікація методичних прийомів аналітичних досліджень. Характеристика математичних способів та прийомів економічного аналізу. Характеристика евристичних способів та прийомів економічного аналізу діяльності. Методичні прийоми та способи оцінювання діяльності підприємств. Сутність та характеристика детермінованих факторних систем. Сутність та характеристика прийомів детермінованого факторного аналізу. Загальна характеристика способів комплексної оцінки.

Модуль 2.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2.

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВА ТА РЕЗУЛЬТАТІВ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 5. Контрольно-діагностичні методи економічного аналізу

Сутність, зміст, мета та задачі діагностики діяльності підприємства. Попереднє діагностування узагальнюючих показників ефективності функціонування підприємства. Діагностика технічного потенціалу підприємства. Діагностика трудових ресурсів підприємства. Діагностика фінансової стійкості підприємства.

Тема 6. Методи і моделі прогнозування, пошуку потенційних можливостей розвитку підприємства та оптимізації його діяльності.

Сутність, значення та задачі прогнозування розвитку підприємства. Методи прогнозування розвитку підприємства. Поняття, принципи організації пошуку і підрахунку потенційних можливостей розвитку підприємства. Методика підрахунку і обґрунтування потенційних можливостей розвитку підприємства. Оптимізація величини прибутку підприємства.

Тема 7. Аналіз фінансової звітності підприємства

Значення, мета та задачі аналізу фінансової звітності підприємства. Аналіз складу, структури і динаміки майна підприємства та джерел його формування. Оцінка ефективності використання майна та оптимальності структури капіталу підприємства. Аналіз доходів, витрат та фінансових результатів роботи підприємства. Аналіз надходження та вибуття грошових коштів підприємства. Аналіз структури та динаміки власного капіталу підприємства.

Тема 8. Аналіз бізнес-процесів підприємства

Сутність, зміст та види бізнес-процесів підприємства. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу бізнес-процесів. Аналіз процесу постачання матеріальних ресурсів на підприємстві. Аналіз процесу виробництва готової продукції. Аналіз процесу реалізації готової продукції. Аналіз процесу розрахунків з покупцями готової продукції. Можливості оптимізації бізнес-процесів підприємства.

Тема 9. Аналіз конкурентоспроможності та конкурентних позицій підприємства

Поняття, сутність і зміст конкурентоспроможності підприємства. Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу конкурентоспроможності підприємства. Показники конкурентоспроможності: техніка розрахунку та характеристика. Аналіз конкурентних позицій підприємства. Можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Тема 10. Системи аналітичного вимірювання результативності бізнесу та методи побудови рейтингових оцінок

Значення, мета, задачі та інформаційне забезпечення аналізу результативності бізнесу. Система відносних показників, які характеризують результативність бізнесу. Аналіз впливу факторів на відносні показники результативності бізнесу. Аналіз рентабельності підприємства з використанням моделі Дюпона. Сутність та види рейтингових оцінок.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин	
	Форма навчання: денна	
	у тому числі	

	У сь ог о	ле кц ії	п ра кт и ч ні (с е мі на рс ьк і)	ла бо ра то рн і	ін ди ві ду ал ьн а ро бо та	са м ос ті йн а ро бо та
2-й семестр						
Модуль 1						
Змістовний модуль 1						
Тема 1. Аналіз діяльності підприємства в системі управління	13	4	2			7
Тема 2. Види економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання	11	2	2			7
Тема 3. Організаційно-інформаційне забезпечення аналітичних досліджень	13	4	2			7
Тема 4. Методичні прийоми аналітичних досліджень та їх класифікація	17	4	4			9
Разом за змістовний модуль 1	54	14	10			30
Змістовний модуль 2						
Тема 5. Контрольно-діагностичні методи аналізу діяльності підприємства	13	4	4			5
Тема 6. Методи і моделі прогнозування, пошуку потенційних можливостей розвитку підприємства та оптимізації його діяльності.	9	2	2			5
Тема 7. Аналіз фінансової звітності підприємства	13	4	4			5
Тема 8. Аналіз бізнес-процесів підприємства	11	4	2			5
Тема 9. Аналіз конкурентоспроможності та конкурентних позицій підприємства	11	2	4			5
Тема 10. Системи аналітичного вимірювання результативності бізнесу та методи побудови рейтингових оцінок	9	2	2			5
Разом за змістовний модуль 2	66	18	18			30
Разом за семестр	120	32	28			60

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин	
	Форма навчання: заочна	
	у тому числі	

	У сь ог о	ле кц ії	п ра кт и ч ні (с е мі на рс ьк і)	ла бо ра то рн і	ін ди ві ду ал ьн а ро бо та	са м ос ті йн а ро бо та
2-й семестр						
Модуль 1						
Змістовний модуль 1						
Тема 1. Аналіз діяльності підприємства в системі управління	13	1	-			12
Тема 2. Види економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання	14	1	-			13
Тема 3. Організаційно-інформаційне забезпечення аналітичних досліджень	13	1	-			12
Тема 4. Методичні прийоми аналітичних досліджень та їх класифікація	16	1	2			13
Разом за змістовний модуль 1	56	4	2			50
Змістовний модуль 2						
Тема 5. Контрольно-діагностичні методи аналізу діяльності підприємства	16	2	1			13
Тема 6. Методи і моделі прогнозування, пошуку потенційних можливостей розвитку підприємства та оптимізації його діяльності.	16	2	1			13
Тема 7. Аналіз фінансової звітності підприємства	16	2	1			13
Тема 8. Аналіз бізнес-процесів підприємства	15	2	-			13
Тема 9. Аналіз конкурентоспроможності та конкурентних позицій підприємства	16	2	1			13
Тема 10. Системи аналітичного вимірювання результативності бізнесу та методи побудови рейтингових оцінок	15	2	-			13
Разом за змістовний модуль 2	94	12	4			78
Разом за семестр	150	16	6			128

6.3. Теми практичних (семінарських, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількіс ть годин	Кількіс ть годин
		денна	заочна
1	Аналіз діяльності підприємства в системі управління	2	1
2	Види економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання	2	1

3	Організаційно-інформаційне забезпечення аналітичних досліджень	2	1
4	Методичні прийоми аналітичних досліджень та їх класифікація.	4	1
5	Контрольно-діагностичні методи аналізу діяльності підприємства	4	1
6	Методи і моделі прогнозування, пошуку потенційних можливостей розвитку підприємства та оптимізації його діяльності.	2	1
7	Аналіз фінансової звітності підприємства	4	1
8	Аналіз бізнес-процесів підприємства	2	-
9	Аналіз конкурентоспроможності та конкурентних позицій підприємства	4	1
10	Системи аналітичного вимірювання результативності бізнесу та методи побудови рейтингових оцінок	2	-
Разом		28	6

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість	Кількість
		ь годин денна	ь годин заочна
1	Аналіз діяльності підприємства в системі управління	7	12
2	Види аналізу діяльності суб'єктів господарювання	7	13
3	Організаційно-інформаційне забезпечення аналітичних досліджень	7	12
4	Методичні прийоми аналітичних досліджень та їх класифікація.	9	13
5	Контрольно-діагностичні методи аналізу діяльності підприємства	5	13
6	Методи і моделі прогнозування, пошуку потенційних можливостей розвитку підприємства та оптимізації його діяльності.	5	13
7	Аналіз фінансової звітності підприємства	5	13
8	Аналіз бізнес-процесів підприємства	5	13
9	Аналіз конкурентоспроможності та конкурентних позицій підприємства	5	13
10	Системи аналітичного вимірювання результативності бізнесу та методи побудови рейтингових оцінок	5	13
Разом		60	128

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Вивчення курсу не потребує використання програмного забезпечення, крім загальноновживаних програм та операційних систем: Microsoft Power Point, Excel.

Методичне забезпечення:

- Електронний конспект лекцій з дисципліни «Економічний аналіз» (електронний варіант);
- Методичні рекомендації з дисципліни «Економічний аналіз» (електронний варіант).

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Паршин Ю.І. Основи економічного аналізу: навч. посіб. Дніпро: ФОП Дробязко С.І., 2020. 180 с.
2. Ярова В. В., Велієва В. О. Теорія економічного аналізу: навч. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей: 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування». Харків. ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. 2021. 115 с.

Додаткова література:

1. Економічний аналіз: навч. посібник / Н. А. Волкова, Р. М. Волчек, О. М. Гайдаєнко та інші / за ред. Н. А. Волкової. Одеса: ОНЕУ, 2015. 310 с.
2. Топ-5 інструментів для дослідження ринку. Режим доступу: <https://uba.top/doslidzhennya-rinku/>
3. Маркетинговий аналіз ємності ринку. Режим доступу: <https://ipapus.com/ua/internet-marketing/marketyngovyj-analiz-yemnosti-rynku/>
4. Аналітика в маркетингу: інструменти, особливості в digital, та чек-лист. Режим доступу: <https://rezart.agency/blog/analitika-v-marketingu-instrumenti-osoblivosti-v-digital-ta-check-list/>
5. Маркетингові дослідження для бізнесу: види, методи, джерела даних. Режим доступу: <https://hub.kyivstar.ua/articles/marketyngovi-doslidzhennya-dlya-biznesu-vydy-metody-dzherela-danyh>

Курси:

1. Курс Data Analyst з нуля. Курс дата-аналітика з використанням інструментів AI для новачків із подальшим працевлаштуванням. Режим доступу: <https://dan-it.com.ua/uk/program/business-intelligence/>
2. Датаналітик. Режим доступу: <https://osvita.diia.gov.ua/profession/data-analyst>