

# ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА

## **Завдання і результати навчання:**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** сформувати цілісну систему знань і умінь щодо економічної діагностики стану та оцінювання роботи підприємства необхідної для прийняття своєчасних та обґрунтованих управлінських рішень.

## **Основні завдання навчальної дисципліни:**

– формування та підвищення фахового рівня знань майбутніх економістів діагностувати та оцінювати роботу підприємства;

– формування у економістів професійних навиків і умінь з використання методів та інструментарію економічної діагностики функціонування підприємств;

– надання знань та умінь розробляти рекомендації ефективного економічного управління підприємством;

– надання знань та умінь щодо підготовки і обґрунтування конкретних практичних заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства в його поточній діяльності та досягненні стратегічних цілей в ринковому конкурентному середовищі;

## **Компетентності:**

*загальні:*

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

*спеціальні (фахові):*

ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

## **Програмні результати навчання:**

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

## **Програма навчальної дисципліни**

Тема 1. Понятійний апарат та інструментарій економічної діагностики.

Тема 2. Діагностика конкурентного середовища підприємства.

Тема 3. Діагностика конкурентоспроможності підприємства.

Тема 4. Управлінська діагностика.

Тема 5. Діагностика виробничого потенціалу підприємства.

Тема 6. Фінансова діагностика.

Тема 7. Діагностика економічної безпеки підприємства.

Тема 8. Діагностика організаційної культури підприємства.

**Трудомісткість:**

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4,0.

Форма семестрового контролю – залік