



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Економічний аналіз»

Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Освітньо-професійна програма	«Маркетинг»
Факультет	Економічний
Кафедра	Економіки та фінансів
Семестр	5
Кількість кредитів	4
Мова викладання	українська

Викладач	к.е.н., доцент Онофрійчук О. П.
Контактна інформація	Lechkin@ukr.net

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація	Навчальна дисципліна «Економічний аналіз» є обов'язковою для студентів бакалаврської програми спеціальності, 075 «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг». Згідно з навчальним планом денної форми навчання вивчення дисципліни заплановано на 5 семестр (3 курс). Курс «Економічний аналіз» займає провідне місце в системі економічної освіти. Це зумовлено значенням і роллю аналізу в управлінні різними за формами власності та видами діяльності суб'єктами господарювання, що функціонують у межах відповідних галузей національної економіки, а також характером знань, що становлять зміст економічного аналізу як науки. Економічний аналіз підприємств поєднує сучасні наукові підходи та інструментарій, способи аналізу економічних процесів та явищ, вимірювання факторних впливів з урахуванням особливостей формування результативних показників суб'єктів господарювання різних видів економічної діяльності. Використання різноманітних способів (приймів) аналізу та відповідних методик у практичній площині сприяє вирішенню широкого кола завдань – від здійснення простих аналітичних розрахунків до вирішення проблемних аспектів й пошуку невикористаних можливостей щодо нарощування прибутку й підвищення ефективності господарської діяльності. Оволодіння методиками проведення економічного аналізу діяльності підприємств необхідне кожному економісту, адміністратору, менеджеру з продажів будь-якого рівня. Розуміння теоретико-методологічних основ галузевого аналізу удосконалює економічне мислення, дозволяє перевести його у практичну площину.
Мета та цілі	Метою вивчення навчальної дисципліни «Економічний аналіз» є формування у студентів системи знань, необхідних для розуміння особливостей функціонування підприємств галузей національної економіки а також основ проведення аналізу результатів фінансово-господарської діяльності таких суб'єктів господарювання. Завдання вивчення дисципліни:

	- формування компетентностей, важливих для особистісного розвитку майбутніх фахівців та забезпечення їхньої конкурентоспроможності на сучасному ринку праці; - теоретична підготовка здобувачів з питань еволюції знань, змісту та ролі економічної науки у вирішенні суспільних завдань, засвоєння ними теоретико-методологічних основ економічного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств базових галузей національної економіки; - надання здобувачам теоретичних знань у процесі вивчення ними методик проведення аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств, огляду сфери їх практичного використання.
Результати навчання	У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен: Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Демонструвати знання особливостей розвитку регіонального ринку в умовах євроінтеграції та сталого розвитку, функціонування господарських суб'єктів та поведінки споживачів на ньому.
Soft skills	Під час вивчення дисципліни студент отримує можливість формувати та розвивати soft skills - соціально-психологічні аспекти професійної компетентності: вміти користуватися методами наукового аналізу економічних явищ і процесів; вільно володіти економічною термінологією; вміти висловлювати та аргументувати власне ставлення до альтернативних поглядів економічної теорії, мати навички роботи з спеціалізованою економічною літературою та періодикою, з метою пошуку потрібної та достовірної інформації; оцінювати найважливіші господарські процеси та явища в контексті економічних шкіл; формування власного погляду на інформацію, критичного ставлення до неї.
Пререквізити	Базові знання з дисциплін: «Економічна теорія», «Економічна статистика», «Економіка та фінанси підприємства».

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	План, короткі тези	Завдання	К-ть балів
ТЕМА 1. Зміст, предмет і завдання економічного аналізу	1. Предмет, метод і завдання економічного аналізу. 2. Інформаційна база економічного аналізу. 3. Організація економічного аналізу.	Тести, питання	10
ТЕМА 2. Методологія економічного	1. Зміст понять методологія, метод, методика економічного аналізу. 2. Методичні прийоми економічного аналізу.	Практичні завдання, кейси	10

аналізу	3. Організація економічного аналізу та його інформаційне забезпечення.		
ТЕМА 3. Аналіз виробництва та реалізації продукції	1. Аналіз попиту і пропозиції на продукцію. 2. Оцінка обсягів і динаміки реалізації продукції. 3. Виявлення резервів зростання реалізованої продукції.	Кейси, практичні завдання	10
Тема 4. Аналіз забезпечення і ефективності використання виробничих ресурсів підприємства	1. Аналіз чисельності, руху та використання робочої сили. 2. Аналіз використання робочого часу. 3. Аналіз продуктивності праці. 4. Аналіз забезпеченості підприємства основними фондами і виробничими потужностями та їх використання. 5. Аналіз продуктивності праці як чинник формування конкурентоспроможності продукції та реалізації маркетингової стратегії підприємства	Кейси, практичні завдання	5
Тема 5. Аналіз собівартості продукції	1. Аналіз рівня і динаміки собівартості продукції. 2. Аналіз структури собівартості продукції. 3. Аналіз витрат на обслуговування виробництва та управління. 4. Факторний аналіз витрат на 1 грн. товарної продукції.	Кейси, практичні завдання	5
Тема 6. Аналіз фінансових результатів	1. Значення і завдання аналізу фінансових результатів. 2. Аналіз балансового прибутку. 3. Факторний аналіз прибутку від реалізації товарної продукції. 4. Аналіз використання прибутку. 5. Аналіз рентабельності. 6. Резерви зростання рівня рентабельності.	Кейси, тести	10
Тема 7. Аналіз фінансового стану підприємства	1. Взаємозв'язок фінансового стану підприємства й результатів його діяльності. 2. Загальна оцінка фінансового стану підприємства. 3. Аналіз обігових коштів і джерел їх формування. 4. Аналіз оборотності обігових коштів.	Кейси, практичні завдання	10

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

Основна

1. Антонюк О. П. Економічний аналіз : посібник. Київ : Ліра-К, 2016. 320 с.
2. Волкова Н. А., Волчек Р. М., Гайдаєнко О. М. та ін. Економічний аналіз : навч. посіб. / за ред. Н. А. Волкової. – Одеса : ОНЕУ, 2015. – 310 с.
3. Воронко О. С. Економічний аналіз : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2016. 280 с.
4. Гайбура Ю. А. Теорія економічного аналізу : навч.-метод. посіб. – Кам'янець-Подільський : ЗВО «ПДУ», 2024. – 212 с.
5. Горлачук В. В., Коваленко О. Ю., Белінська С. М. Економічний аналіз господарської діяльності підприємства : навч. посіб. – Миколаїв : ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. – 308 с.
6. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
7. Гринькевич О. С., Матковський С. О., Сидорова А. В. та ін. Економічна аналітика в бізнесі : навч. посіб. / за ред. О. С. Гринькевич, С. О. Матковського, А. В. Сидорової, Н. С. Струк. –

Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2022. – 480 с.

8. Єгорова О. В., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник Ю. М. Економічний аналіз : навч. посіб. – Полтава : РВВД ПДАА, 2018. – 290 с.
9. Костенко Т. Д., Підгора Є. О., Рижиков В. С., Панков В. А., Герасимов А. А., Ровенська В. В. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства : навч. посіб. – 2-ге вид., переробл. і допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 400 с.
10. Мошенський С. З., Олійник О. В. Економічний аналіз : підручник / за ред. Ф. Ф. Бутинця. 2-ге вид., доповн. і переробл. Житомир : ПП «Рута», 2007. 704 с.
11. Парасій-Вергуненко І. М., Бродська І. І. Оцінка вартості підприємства: обліково-аналітичні аспекти : монографія. – Луцьк : Редакційно-видавничий відділ ЛНТУ, 2010. – 215 с.
12. Паршин Ю. І., Паршина О. А. Основи економічного аналізу : навч. посіб. – Дніпро : ФОП Дробязко С. І., 2020. – 180 с.
13. Рекова Н. Ю., Підгора Є. О., Ровенська В. В., Латишева О. В., Гітис Т. П., Єрфорт І. Ю., Смирнова І. І., Касьянюк С. В. Економічний аналіз : навч. посіб. для здобувачів вищої освіти. – Краматорськ : ДДМА, 2021. – 200 с.
14. Рибчук А. В. та ін. Економічний аналіз: теорія і практика : навч.-метод. посіб. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. – 219 с.
15. Савицька, Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст]: навч. посіб. / Г. В. Савицька. – 2-ге вид., випр. і доповн. – К. : Знання, 2005. – 662 с.
16. Черниш С. С. Економічний аналіз : навч. посіб. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 312 с.
17. Ярова В. В., Велієва В. О. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. 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.

Допоміжні джерела інформації

1. Бабух І. Б., Романюк Н. В. Маркетинговий аналіз товарної політики підприємства: цілі, завдання, перспективи. Економіка і регіон. 2024. № 1 (92). С. 87–93. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2024.1\(92\).3313](https://doi.org/10.26906/EiR.2024.1(92).3313)
2. Бахчиванжи Л. А., Євтушок О. В., Вітюк А. В. Економіко-статистичне моделювання в аналітиці і прогнозуванні бюджету маркетингових комунікацій: методичний аспект. Економічний простір. 2024. № 191. С. 92–96. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-17>
3. Близнюк С. В., Онофрійчук О. П. Персоналізований маркетинг у цифровому середовищі: виклики та можливості // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2026. Вип. 48. С. 4–10.
4. Вільчинська О. М., Ціхановська О. М. Роль економетричного аналізу в маркетингових дослідженнях. Економіка та суспільство. 2024. № 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-101>
5. Волошина С. В. Економічний аналіз : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Кривий Ріг : Криворізький економічний інститут КНУ, 2015. 234 с.
6. Дячун О. Маркетинговий аналіз у системі відносної економіки підприємства. Галицький економічний вісник. 2009. № 1. С. 160–168.
7. Заїка С. О., Грищенко В. А. Становлення і перспективи розвитку економічного аналізу в Україні // Економічні науки. 2016. № 18. С. 136–141.
8. Карандюк О., Марчук В. Сучасні тенденції digital-маркетингу в умовах глобалізації. Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку. 2021. № 3 (3). С. 48–56. DOI: <https://doi.org/10.26565/2786-4995-2021-3-05>
9. Книшек О. О., Тарасенко Ю. О. Фінансовий аналіз діяльності підприємства в умовах економічної нестабільності // Економічний простір. 2018. № 139. С. 171–181.
10. Косова Т. Д., Сухарев П. М., Ващенко Л. О. та ін. Організація і методика економічного аналізу : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 528 с.
11. Норд Г. Л. Становлення національної школи економічного аналізу. Економіка та держава. 2018. № 11. С. 56–63.
12. Олійник О. В., Барановська Т. В. Особливості економічного аналізу маркетингової діяльності промислових підприємств. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2014. Вип. 3 (30). С. 440–448.

13. Онофрійчук О. П. Управління фінансовою стійкістю підприємства / О. П. Онофрійчук, С. І. Антонюк, В. А. Підгрушний // «Актуальні питання у сучасній науці». 2023. – №12 (18). С. 112 – 122. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-12\(18\)-112-121](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-12(18)-112-121)
14. Онофрійчук О. П., Близнюк С. В. Забезпечення інформаційної безпеки в університетах під час військового стану // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Випуск 1/2022 (132). С. 79-84. DOI: <https://doi.org/10.32782/1995-0519.2022.1.10>
15. Онофрійчук О. П., Малаховський Ю. В., Кулішова О. О. Економічна безпека підприємницьких структур в умовах діджиталізації. Центральнотраїнський науковий вісник. Економічні науки, 2020. – №5 (38). – С. 255-263 / Index Copernicus DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.5\(38\).263-272](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.5(38).263-272)
16. Петрицька О. С. Економічний аналіз: перспективи розвитку. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2015. № 3 (3). С. 67–71.
17. Петрицька О. С. Напрями розвитку економічного аналізу в сучасних умовах // Вісник Запорізького національного університету. 2012. № 4 (16). С. 131–136.
18. Подольська В. О., Яріш О. В. Економічний аналіз : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 488 с.
19. Портоварас Т. Види сучасного економічного аналізу та їх характеристика. Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. 2023. Вип. 4. С. 516–528. DOI: <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-4-516-528>
20. Романюк Н. В., Тарасов І. Ю., Гавриш І. І. Аналіз впливу креативної економіки на розробку нових продуктів і послуг. Економіка та суспільство. 2023. № 57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-112>
21. Румик І. М., Пижьянов С. К. Економічні підходи до функціонування системи маркетингу на промислових підприємствах. Вчені записки Університету «КРОК». 2022. № 4 (68). С. 9–19. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-68-9-19>
22. Серединська В. М., Загородна О. М., Федорович Р. В. Економічний аналіз : навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і доповн. Тернопіль : Астон, 2010. 624 с.
23. Синькевич Н., Краузе О. Економічний аналіз: перспективи розвитку в умовах діджиталізації економіки. Галицький економічний вісник. 2023. № 2 (81). С. 7–15. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.02.007
24. Слинько Т. Р. Роль економічного аналізу в управлінні підприємством. Економічний простір. 2017. № 123. С. 215–221.
25. Чернишова Л. В. Економічний аналіз суб'єктів господарювання: перспективи розвитку // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2022. № 8 (297). С. 40–47.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Загальна політика	Здобувач освіти має відвідувати всі заняття згідно розкладу, не спізнюватися. Дотримуватися етики поведінки. Працювати з навчальною літературою, з літературою на електронних носіях і в Інтернеті. При пропуску занять проводиться усна співбесіда за темою. Відпрацьовувати практичні заняття. Виконати індивідуальне завдання.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Політика щодо академічної доброчесності	Під час виконання завдань вимагається дотримання правил академічної доброчесності. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн-тестування. При виконанні усіх видів завдань у випадку використанні штучного інтелекту здобувач має дотримуватися Політики відповідального, етичного та безпечного використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у Приватному вищому навчальному закладі «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», розробленої для всіх

учасників освітнього, наукового та адміністративного процесу.

ОЦІНЮВАННЯ

Нарахування балів	
Види оцінювання	Бали
Змістовий модуль 1 (теми 1-4)	35
Змістовий модуль 2 (теми 5-7)	25
Підсумковий контроль (теми 1-7) – іспит	40

Розподіл балів для оцінювання успішності студентів		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	F	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни