

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 20.11.2021 16:56:47

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

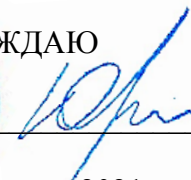
“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.11. УЧЕТ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; информационно-аналитический

Направленность (профиль):

«Маркетинг»

Форма обучения:

очная, очно-заочная

Москва – 2021

Разработчик (и): Балалова Елена Ивановна, доктор экономических наук, доцент

«23» августа 2021 г.


_____ (подпись)

/Е.И. Балалова /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 970 от 12.08.2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


_____ (подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД


_____ (подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 1 от «25» августа 2021 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов знаний, навыков и компетенций, необходимых для практической деятельности, успешного продвижения товаров и услуг, с целью минимизации затрат и роста прибыли от осуществления экономической деятельности компании.

Задачи:

- формирование знаний учетной политики организации, основ финансового менеджмента, управления затратами и оценки эффективности маркетинговой деятельности;
- формирование умений использовать методы учета затрат и определения эффективности маркетинга в практической деятельности;
- формирование навыка использования учетной политики, оценки затрат и эффективности маркетинговой деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 6 семестр (очная форма обучения), 8 семестр (очно-заочная форма обучения).

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-10 - способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

ПК-1 – способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.2. Демонстрирует знание базовых знаний в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы	Знает: основы, принципы организации и функционирования финансовой системы Умеет: применять в профессиональной деятельности базовые знания в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы Владеет: навыком применения в профессиональной деятельности базовых знаний в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы
ПК-1 Способен осуществлять	ПК-1.1. Планирует и организует сбор маркетинговой	Знает: инструментарий планирования и организации сбора маркетинговой информации

подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий	информации	Умеет: осуществлять планирование и организацию сбора маркетинговой информации Владеет: навыком планирования и организации сбора маркетинговой информации
	ПК-1.3. Готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований	Знает: методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований Умеет: писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований Владеет: способностью писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Учёт и оценка эффективности в маркетинговой деятельности» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент составляет: 4 з.е. / 144 час.

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
Аудиторные занятия	72	36
<i>в том числе:</i>		
Лекции	36	18
Практические занятия	36	18
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	45	81
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП	-	-
Промежуточная аттестация:		
Вид	экзамен	экзамен
Трудоемкость (час.)	27	27
Общая трудоемкость з.е. / часов	4 з.е. / 144 час.	4 з.е. / 144 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов (по формам обучения)							
		Очная				Очно-заочная			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Введение в дисциплину Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности.	4	4	-	5	2	2	-	9
2	Особенности учета маркетинговой деятельности.	4	4	-	5	2	2	-	9
3	Порядок документального оформления расходов на текущее изучение (исследование) конъюнктуры рынка.	4	4	-	5	2	2	-	9
4	Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.	4	4	-	5	2	2	-	9
5	Маркетинговый консалтинг и маркетинговый аудит.	4	4	-	5	2	2	-	9
6	Источники средств финансирования маркетинговой деятельности.	4	4	-	5	2	2	-	9
7	Методы оценки финансовых активов.	4	4	-	5	2	2	-	9
8	Основы принятия инвестиционных решений.	4	4	-	5	2	2	-	9
9	Финансовый анализ отчетности.	4	4	-	5	2	2	-	9
Итого (часов)		36	36	-	45	18	18	-	81
Форма контроля:		<i>экзамен</i>			27	<i>экзамен</i>			27
Всего по дисциплине:		144 / 4 з.е.				144 / 4 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в дисциплину Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности.

Введение в предмет и метод учебной дисциплины. Основные понятия и категории. Межпредметные связи. Основные принципы организации и функционирования финансовой системы. Учетная политика и финансовая система организаций. Финансовый подход к группировке и организации управления маркетингом. Понятия бюджетирования в системе управления финансами организации. Финансовое планирование при подготовке и проведении маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий. Понятие финансового плана маркетинга.

Тема 2. Особенности учета маркетинговой деятельности.

Особенность управленческого маркетингового учета и его отличие от бухгалтерского учета.

Суть и содержание «маркетингового» учета. Значение учета для повышения «прозрачности» и управляемости фирмы. Исследование всех видов издержек с позиции издержек маркетинга, вклад этого вида издержек в успех предприятия (в доходность, прибыльность и т.п.). Способ отнесения непрямых издержек на объекты учета. Абсорбционный метод, его сущность и содержание.

Тема 3. Порядок документального оформления расходов на текущее изучение (исследование) конъюнктуры рынка.

Требования налоговых органов к документационному оформлению затрат на маркетинг. Требования к договору на оказание услуг по текущему изучению (исследованию) конъюнктуры рынка. Требование Международного кодекса маркетинговых исследований (МКМИ), ст. 33к отчету по договору на оказание услуг по текущему изучению (исследованию) конъюнктуры. Акт приемки-сдачи услуг по текущему изучению (исследованию) конъюнктуры рынка, первичные документы, подтверждающие произведенные расходы; счет-фактура исполнителя услуг.

Тема 4. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.

Критерии оценки и показатели эффективности маркетинговой деятельности. Отсутствие планирования или контроля маркетинговой деятельности. Уровень профессионализма специалистов-маркетологов. Мотивация маркетологов. Анализ затрат на маркетинг. Учет интересов потребителей. Эффективность информационной системы. Понимание руководством важности и сущности маркетинга. Расчета эффективности маркетинговых затрат при помощи показателя нормы прибыли на вложенный капитал. Оценка эффективности работы торгового персонала. Оценка эффективности рекламных усилий компании. Оценка эффективности распределения. Мониторинг достижения стратегических целей компании

Тема 5. Маркетинговый консалтинг и маркетинговый аудит.

Понятие и сущность маркетингового консалтинга. Основные цели и задачи. Использование информационно-коммуникационных технологий в процессе подготовки и проведения маркетингового консалтинга и маркетингового аудита.

Составляющие маркетингового консалтинга. Результаты маркетингового консалтинга. Сущность маркетингового аудита. Цели проведения. Основные категории оценки при осуществлении маркетингового аудита. Анализ объемов продаж, прибыли, изменение доли рынка; загруженность производственных мощностей; динамика количества постоянных клиентов. Контролируемые и неконтролируемые переменные. Масштаб охвата маркетинговых показателей. Системность. Независимость. Периодичность проведения аудита. Результаты аудита. Корректировка плановых показателей.

Тема 6. Источники средств финансирования маркетинговой деятельности.

Основные понятия и категории финансирования организации. Авансированный (долгосрочный) капитал. Источники краткосрочного финансирования. Основные способы

увеличения капитала предприятия. Собственный капитал: обыкновенные и привилегированные акции, нераспределенная прибыль. Долгосрочные заемные средства: банковские кредиты, займы, облигации. Новые инструменты долгосрочного финансирования. Традиционные методы средне- и краткосрочного финансирования: кредиторская задолженность, краткосрочные займы. Новые инструменты краткосрочного финансирования. Особенности управления международными источниками финансирования. Балансовые модели управления источниками финансирования.

Тема 7. Методы оценки финансовых активов.

Операции наращивания и дисконтирования. Процентные ставки и методы их начисления. Оценка аннуитетов. Особенности оценки собственного капитала, долевых и долговых ценных бумаг. Виды финансовых активов, их структура и особенности оценки. Оценка доступности финансовых ресурсов к потреблению. Концепция риска, дохода и доходности. Понятие внутрихозяйственного риска. Риск невостребованности продукции и его влияние на формирование финансовых ресурсов. Понятие валютного риска и его влияние на деятельность организаций. Особое влияние валютного риска на деятельность торговых организаций. Инвестиционный риск. Риск прямых инвестиций и методы его минимизации. Риск инвестиционного портфеля. Модель оценки доходности финансовых активов. Индикаторы на рынке ценных бумаг.

Тема 8. Основы принятия инвестиционных решений.

Виды инвестиционных проектов. Особенности оценки инвестиционных проектов разного типа. Критерии оценки инвестиционных проектов. Сравнительный анализ инвестиционных проектов разной продолжительности. Управление инвестиционными проектами в условиях инфляции и повышенного риска. Формирование и оптимизация капиталовложений. Принятие экономически обоснованных инвестиционных решений.

Тема 9. Финансовый анализ отчетности.

Формы и методы анализа финансовой отчетности. Система показателей финансового анализа. Анализ ликвидности баланса организации. Показатели финансовой устойчивости предприятия. Рентабельность организации и методы ее определения. Анализ деловой активности (оборачиваемости). Факторные модели финансового анализа. Операционный анализ как база принятия управленческих решений. Понятие производственного и финансового рычагов. Комбинированный рычаг.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Бухгалтерский управленческий учет: учебник / Е. Костюкова, А.Н. Бобрышев, О.В. Ельчанинова и др.; под ред. Е.И. Костюковой. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2016. – 224 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485034>
2. Зылёва Н.В. Финансовый и управленческий учет: практикум для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» очной и заочной форм обучения: [16+] / Н.В. Зылёва, Р.Ю. Мышьяков; отв. ред. Д.Л. Скипин ; Тюменский государственный университет. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2018. – 44 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574400>
3. Толкачева Н.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Н.А. Толкачева, Т.И. Мельникова. - М. - Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 228 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=272224
4. Воронина, М. В. Финансовый менеджмент : учебник / М. В. Воронина. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 399 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573253
5. Сигунова Т.А. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие / Т.А. Сигунова, Н.Б. Кутинова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 151 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=468251>
6. Скворцова Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса: учебное пособие / Н.А. Скворцова.– М. - Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 325 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=363029
7. Анциферова И.В. Бухгалтерский финансовый учет: учебник / И.В. Анциферова. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 558 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495750>
8. Алексеева О.А. Практикум по финансовому менеджменту: учебное пособие. – 3-е изд., испр. и доп. / О.А. Алексеева. - М. - Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 255 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=255894
9. Алексеева И. В. Аудит бизнеса: учебное пособие: [16+] / И. В. Алексеева, И. Н. Богатая, А. Н. Кизиллов; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. – 294 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567397>
10. Гомола А.И. Составление и использование бухгалтерской отчетности. Профессиональный модуль: учебник: [12+] / А.И. Гомола, С.В. Кириллов. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 352 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500628>
11. Кириченко Т. В. Финансовый менеджмент: учебник / Т. В. Кириченко. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 484 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573157
12. Лытнев О.Н. Основы финансового менеджмента. Учебное пособие. - М.: Директ-Медиа, 2014. – 324 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=229239
13. Межова Л.Н. Финансовый менеджмент организации: учебное пособие / А.М. Гринь, Л.Н. Межова, О.С. Миндергасова. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2012. -268 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=228778
14. Сеницкая Н.Я. Финансовые аспекты управления современным предприятием: учебное пособие / Н.Я. Сеницкая. – М.: Директ-Медиа, 2014.-353с.

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.marketcenter.ru/> - базы данных системы межрегиональных маркетинговых центров
10. <http://www.marketing.spb.ru/> - энциклопедия маркетинга
11. <https://www.minfin.ru/ru/performance/accounting/accounting/> - база данных Минфина России «Бухгалтерский учет и отчетность»
12. www.market-agency.ru - база данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет"
13. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals одной из самых крупных исследовательской ассоциации в области маркетинга

14. <http://www.swisscp.ru/> - сайт консалтинговой компании Swiss Consulting Partners, входящей в швейцарский холдинг SRG Holding, SA (Geneva), являющейся одним из мировых лидеров в области маркетингового консалтинга
15. www.rbc.ru - РБК - ведущий мультимедийный холдинг России
16. www.vedomosti.ru - газета Ведомости
17. www.kommersant.ru - ИД «Коммерсантъ»

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Кабинет № 409-учебное помещение № I-24 для проведения учебных занятий

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины

Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы - 14 шт.;
5. стулья –28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Кабинет № 402- помещение № I-11, для самостоятельной работы.

Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

- 1 стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы – 14 шт.;
5. стулья –28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26 шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.В.11. УЧЕТ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; информационно-аналитический

Направленность (профиль):

«Маркетинг»

Форма обучения:

очная, очно-заочная

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.2. Демонстрирует знание базовых знаний в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы	Знает: основы, принципы организации и функционирования финансовой системы Умеет: применять в профессиональной деятельности базовые знания в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы Владеет: навыком применения в профессиональной деятельности базовых знаний в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы
ПК-1 Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий	ПК-1.1. Планирует и организует сбор маркетинговой информации	Знает: инструментарий планирования и организации сбора маркетинговой информации Умеет: осуществлять планирование и организацию сбора маркетинговой информации Владеет: навыком планирования и организации сбора маркетинговой информации
	ПК-1.3. Готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований	Знает: методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований Умеет: писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований Владеет: способностью писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Не знает: основные принципы организации и функционирования финансовой системы Не умеет: применять в профессиональной деятельности базовые знания в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы Не владеет: навыком применения в профессиональной	В целом знает: основные принципы организации и функционирования финансовой системы, но допускает грубые ошибки В целом умеет: применять в профессиональной деятельности базовые знания в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы, но часто испытывает	Знает: основные принципы организации и функционирования финансовой системы, но иногда допускает ошибки Умеет: применять в профессиональной деятельности базовые знания в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы, но иногда испытывает затруднения	Знает: основные принципы организации и функционирования финансовой системы Умеет: применять в профессиональной деятельности базовые знания в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы Владеет: навыком применения в профессиональной деятельности базовых знаний в области

<p>деятельности базовых знаний в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы</p>	<p>затруднения В целом владеет: навыком применения в профессиональной деятельности базовых знаний в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Владеет: навыком применения в профессиональной деятельности базовых знаний в области финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>финансов, принципов организации и функционирования финансовой системы</p>
<p>Не знает: основы планирования и организации сбора маркетинговой информации Не умеет: планировать и организовать сбор маркетинговой информации Не владеет: навыком планирования и организации сбора маркетинговой информации</p>	<p>В целом знает: основы планирования и организации сбора маркетинговой информации, но допускает грубые ошибки В целом умеет: планировать и организовать сбор маркетинговой информации, но часто испытывает затруднения В целом владеет: навыком планирования и организации сбора маркетинговой информации, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: основы планирования и организации сбора маркетинговой информации, но иногда допускает ошибки Умеет: планировать и организовать сбор маркетинговой информации, но иногда испытывает затруднения Владеет: навыком планирования и организации сбора маркетинговой информации, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: основы и инструментарий планирования и организации сбора маркетинговой информации Умеет: осуществлять планирование и организацию сбора маркетинговой информации Владеет: навыком планирования и организации сбора маркетинговой информации</p>
<p>Не знает: методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований Не умеет: писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований Не владеет: способностью писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований</p>	<p>В целом знает: методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований, но допускает грубые ошибки В целом умеет: писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований, но часто испытывает затруднения В целом владеет: способностью писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований, но иногда допускает ошибки Умеет: писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований, но иногда испытывает затруднения Владеет: способностью писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований Умеет: писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований Владеет: способностью писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований</p>

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример теста:

1. Затраты фирмы на рекламу составляют:
 - a) 1 % от суммы продаж
 - b) 2-10 % от суммы продаж
 - c) 20 % от суммы продаж
 - d) **зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы**

2. Эффективность «Директ мэйл» составляет:
 - a) 10 %
 - b) 20 %
 - c) **15 %**
 - d) 7 %

3. На этапе роста затраты на маркетинг:
 - a) относительно высокие
 - b) **сокращаются**
 - c) высокие
 - d) низкие

4. На этапе внедрения прибыль предприятия:
 - a) **максимальная**
 - b) минимальная
 - c) = 0
 - d) средняя

5. Финансовой подцелью какой фазы развития организации является оптимизация прибыли, организация финансового контроля?
 - a) 0 фаза
 - b) **1 фаза**
 - c) 2 фаза
 - d) 3 фаза
 - e) 4 фаза
 - f) 5 фаза

6. К управляющей подсистеме финансового менеджмента не относятся:
 - a) финансовые методы;
 - b) **финансовые ресурсы**
 - c) финансовые инструменты
 - d) финансовая информация
 - e) технические средства управления финансами
 - f) нет правильного ответа

7. Главной целью финансового менеджмента является:
 - a) рост продаж услуг предприятия;
 - b) **обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде;**
 - c) увеличение количества клиентов предприятия;
 - d) снижение затрат предприятия на реализацию услуг
 - e) увеличение численности сотрудников;
 - f) нет правильного ответа

- 8 Что не входит в понятие финансовое управление:
- а) финансово-кредитный механизм коммерческих организаций
 - б) финансовый менеджмент коммерческой организации
 - с) финансово-кредитный механизм государства
 - д) управление финансами в некоммерческих организациях
 - е) управление финансами в государственных органах
 - ф) **все перечисленное входит**
9. В договоре на оказание маркетинговых услуг, как правило, не прописывается:
- а) порядок расчетов
 - б) стоимость услуг
 - с) порядок возмещения компенсаций
 - д) **расчет стоимости услуг**
10. В системе управления финансами при разработке маркетингового проекта выделяют следующие элементы:
- а) кадры,
 - б) методы,
 - с) инструментарий,
 - д) информационное обеспечение и технические средства;
 - е) **все вышеперечисленное.**
11. Выделение финансового планирования как особого вида планирования при разработке маркетингового проекта обусловлено:
- а) относительной самостоятельностью движения денежных средств по отношению к материально-вещественным элементам производства;
 - б) необходимостью администрирования при принятии решений о распределении финансовых ресурсов;
 - с) необходимостью согласования движения денежных средств предприятия с контрагентами;
 - д) активным воздействием опосредованного деньгами распределения на производство;
 - е) все вышеперечисленное;
 - ф) **ответы а), б), д)**
12. Что из нижеперечисленного не является целью финансового планирования:
- а) Обеспечение реальной сбалансированности планируемых доходов и расходов;
 - б) Организация финансовых взаимоотношений с бюджетом, внебюджетными фондами, банками, кредиторами и дебиторами;
 - с) Обеспечение платежеспособности и финансовой устойчивости;
 - д) Увеличение прибыли по основной деятельности и другим видам деятельности, если они имеют место;
 - е) обеспечение финансовыми ресурсами и денежными средствами деятельность предприятия;
 - ф) **нет верного ответа**
13. Что из нижеперечисленного не входит в процедуру планирования маркетингового проекта:
- а) **разработка финансовой стратегии;**
 - б) корректировка планов при неудовлетворительном результате;
 - с) составление плана продаж;
 - д) принятие плана.
14. Какой вид финансового планирования разрабатывается на срок до 1 года:
- а) **текущее планирование;**
 - б) оперативное планирование;
 - с) прогнозирование финансовой деятельности;
 - д) финансовая идеология;
 - е) миссия предприятия
 - ф) нет правильного ответа.

15. Главной целью какого плана является определение суммы чистой прибыли от операционной деятельности маркетингового агентства:
- плана поступления и расходования денежных средств;
 - плана доходов и расходов по инвестиционной деятельности;
 - плана доходов и расходов по операционной деятельности;**
 - балансового плана;
 - операционного плана;
 - плана реализации товаров или услуг.
16. Как называется оперативный финансовый план краткосрочного периода, разрабатываемый обычно в рамках до одного года, отражающий расходы и поступления финансовых средств в процессе осуществления конкретных видов хозяйственной деятельности
- финансовая стратегия;
 - бюджет;**
 - финансовая идеология;
 - отчет о прибылях и убытках;
 - финансовая цель предприятия;
 - нет правильного ответа.
17. На решение каких задач направлено бюджетирование:
- обеспечение покрытия этих расходов финансовыми ресурсами из различных источников
 - обеспечение финансового благосостояния владельцев предприятия;
 - обеспечение ликвидности баланса предприятия;
 - определение объема и состава расходов, связанных с деятельностью отдельных структурных единиц и подразделений предприятия;
 - ответ а), d)**
 - нет правильного ответа.
18. По видам затрат выделяют следующие виды бюджетов:
- бюджет по операционной, инвестиционной, финансовой деятельности;
 - текущий и капитальный бюджеты;**
 - функциональный, комплексный бюджет;
 - стабильный, гибкий бюджет;
 - текущий и функциональный бюджет;
- комплексный и гибкий бюджет.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Пример задач:

Задача 1. Предприятие получило кредит на один год в размере 15 млн. руб. с условием возврата 24 млн. руб. Рассчитайте процентную и учетную ставки.

Задача 2. На вашем счете в банке 120 тыс. руб. Банк платит 12,5% годовых. Вам предлагают войти всем капиталом в организацию совместного предприятия, обещая удвоение капитала через 5 лет. Принимать ли это предложение?

Задача 3. Маркетинговый проект, требующий инвестиций в размере 160000 руб, предполагает получение годового дохода в размере 30000 руб. на протяжении пятнадцати

лет. Оцените целесообразность такой инвестиции, если коэффициент дисконтирования – 15%.

Задача 4 . Предприятие получило кредит на 4 года 100 000 долл. под 12%, начисляемых по схеме сложных процентов на непогашенный остаток. Возвращать нужно равными суммами в конце каждого года. Определите величину годового платежа.

Задача 5. Для ведения хозяйственной деятельности на первоначальном этапе маркетинговому агентству необходимо сформировать активы в размере 200 млн. руб. Предприятие организуется в форме открытого акционерного общества. Данные о возможных вариантах структуры капитала приведены в таблице. Необходимо определить при какой структуре капитала будет минимальная средневзвешенная стоимость.

Расчет средневзвешенной стоимости капитала при различной его структуре

№ п/п	Показатели	Варианты расчета							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Общая потребность в капитале	200	200	200	200	200	200	200	200
2.	Варианты структуры капитала, %								
	а) собственный капитал;	25	30	40	50	60	70	80	100
	б) заемный капитал	75	70	60	50	40	30	20	-
3.	Уровень предполагаемых дивидендных выплат, %	7,0	7,2	7,5	8,0	8,5	9,0	9,5	10,0
4.	Уровень ставки процента за кредит с учетом премии за риск, %	11,0	10,5	10,0	9,5	9,0	8,5	8,0	-
5.	Ставка налога на прибыль, выраженная в виде десятичной дроби	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24

Оценка решения задач производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Понятие, цели и задачи управления финансовой деятельностью предприятия сферы маркетинговой деятельности
2. Финансовое планирование при подготовке и проведении маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий
3. Основные принципы организации и функционирования финансовой системы.
4. Показатели эффективности маркетинговой деятельности
5. Особенности организационной структуры управления в организациях разных организационно-правовых форм и форм собственности.

6. Финансовый подход к группировке и организации управления маркетингом.
7. Бюджетирование в системе управления финансами организации.
8. Маркетинговый план и его финансовое обеспечение
9. Требования налоговых органов документационному оформлению маркетинговой деятельности
10. Формы и методы анализа финансовой отчетности.
11. Система показателей финансового анализа.
12. Анализ ликвидности баланса компании.
13. Показатели финансовой устойчивости компании.
14. Рентабельность компании и методы ее определения.
15. Анализ деловой активности (оборачиваемости).
16. Операционный анализ как база принятия управленческих решений.
17. Понятие производственного и финансового рычагов. Комбинированный рычаг.
18. Сущность финансового планирования и прогнозирования.
19. Бюджеты, их виды и роль в краткосрочном планировании.
20. Методы и модели прогнозирования основных финансовых показателей.
21. Финансовая политика.
22. Взаимосвязь финансовой политики, планирования и роста фирмы.
23. Потоки платежей и методы их оценки.
24. Виды процентных ставок.
25. Методы оценки основных финансовых активов (акций и облигаций).
26. Сущность и виды финансового риска. Риск и доходность.
27. Понятие, сущность и структура маркетингового консалтинга.
28. Методы и приемы маркетингового аудита
29. Использование информационно-коммуникационных технологий в процессе подготовки и проведения маркетингового консалтинга и маркетингового аудита.
30. Сущность инвестиционных решений.
31. Принципы и методы формирования бюджета капитальных вложений.
32. Виды и методы оценки маркетинговых и инвестиционных проектов.
33. Показатели оценки риска. Риски инвестиционных проектов, методы их анализа.
34. Понятие стоимости и структуры капитала.
35. Сущность дивидендной политики.
36. Источники и формы финансирования предприятий.
37. Бюджетное финансирование и кредитование, условия их предоставления.
38. Собственные источники финансирования.
39. Принятие экономически обоснованных инвестиционных решений.

Пример практического задания для экзамена:

Задача. Приведите структуру рекламного бюджета компании по приведенным ниже данным за 2016-2017 г.г.:

Статья рекламного бюджета	2016 г., тыс. руб.	2017 г., тыс. руб.
Реклама в журналах	2548	2654
Реклама на телевидении	2147	2320
Реклама на радио	547	568
Реклама в Интернете	478	498
Наружная реклама	123	104
Выставочная деятельность	5487	5123
ИТОГО:		

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания. 2. Аргументированность выводов. 3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо			глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно			знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик (и): Балалова Елена Ивановна, доктор экономических наук, доцент

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 1 от 25.08.2021 г.).