

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 20.11.2021 17:14:11

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.12 УЧЕТ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент

(уровень бакалавриата)

Программа прикладного бакалавриата

Виды профессиональной деятельности:

Информационно-аналитическая

Организационно-управленческая

Предпринимательская

Направленность (профиль):

Маркетинг


Форма обучения:

(очная, очно-заочная, заочная)

Москва – 2021

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


«23» августа 2021 г.


_____ /Е.И. Балалова /
(подпись)

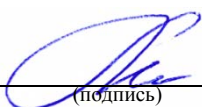
Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №7 от 12.01.2016г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


_____ /Н.Е. Козырева /
(подпись)

Заведующий кафедрой
разработчика РПД


_____ / Е.С. Мальцева /
(подпись)

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

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля) и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. Наименование дисциплины (модуля и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности» относится к вариативной части блока Б1. основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент». Преподавание этой дисциплины осуществляется на третьем курсе в шестом семестре по очной форме обучения и на четвертом курсе в восьмом семестре по очно-заочной и заочной формам обучения. Дисциплина «Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности» является необходимым элементом профессиональной подготовки менеджеров по профилю Маркетинг.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются. При изучении дисциплины «Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности» частично применяются знания полученные студентами при освоении дисциплин «Стратегический маркетинг», «Микроэкономика». Знания, полученные при изучении данной дисциплины, применяются при освоении дисциплин профессиональной направленности.

Целью освоения дисциплины «Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности» является 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

Задачами освоения дисциплины являются:

- 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. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» квалификация (степень) «бакалавр».

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- уметь применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК 4)
- уметь применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК 14).

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
<p>ПК-4 Уметь применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему основных методов финансового менеджмента в т ч маркетингового проекта, при принятии инвестиционных решений - основные операции на мировых рынках в условиях глобализации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации и маркетинговой деятельностью <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения основных методов финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации и маркетинговой деятельностью
<p>ПК 14 Уметь применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему основных принципов и стандартов финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения основных принципов и стандартов финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.

Формы контроля:

- *текущий контроль успеваемости (ТКУ)* для проверки знаний, умений и навыков студентов может проводиться в форме контрольной работы, содержащей открытые вопросы, тестовые задания и задачи по темам учебной дисциплины, подготовки студентами презентаций по заранее заданной теме, в ходе проведения деловых игр, дискуссий;
- *промежуточная аттестация (ПА)* – проводится в форме экзамена

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

В процессе преподавания дисциплины «Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности» используются как классические методы обучения (лекции), так и различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств студентов и на поощрение их интеллектуальных инициатив. В рамках данного курса используются такие активные формы работы, как:

активные формы обучения:

- практические занятия;

интерактивные формы обучения:

- дискуссии, дебаты.

Общая трудоемкость дисциплины «Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности» для всех форм обучения реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» составляет 4 зачетные единицы (144 час.).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)		
	Очная	Очно-заочная	Заочная
Аудиторные занятия (всего)	72	36	16
В том числе:			
Лекции	36	18	8
Практические занятия	36	18	8
Семинары	х	х	х
Лабораторные работы	х	х	х
Самостоятельная работа (всего)	45	72	119
Промежуточная аттестация, в том числе:			
Вид	экзамен	экзамен	экзамен
Трудоемкость (час.)	27	36	9
Общая трудоемкость ЗЕТ / часов	4 ЗЕТ / 144 час.	4 ЗЕТ / 144 час.	4 ЗЕТ / 144 час.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА	
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии			Тренинг
<i>Очная форма</i>										
<i>Первый этап формирования компетенций</i>										
Тема 1. Введение в учет и оценку эффективности маркетинговой деятельности	4	5		2					ПК-4 ПК-14	
Тема 2. Особенности учета маркетинговой деятельности.	4	5		4					ПК-4 ПК-14	
Тема 3. Порядок документального оформления расходов на текущее изучение (исследование) конъюнктуры рынка	4	5		4					ПК-4 ПК-14	
Тема 4. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности	4	5		4					ПК-4 ПК-14	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Тестирование</i>
<i>Второй этап формирования компетенций</i>										
Тема 5. Маркетинговый консалтинг и маркетинговый аудит	4	5		1			1		ПК-4 ПК-14	
Тема 6. Источники средств финансирования маркетинговой деятельности	4	5		4					ПК-4 ПК-14	
Тема 7. Методы оценки финансовых активов	4	5		4					ПК-4 ПК-14	
Тема 8. Основы принятия инвестиционных решений	4	5		4					ПК-4 ПК-14	
Тема 9. Финансовый анализ отчетности	4	5		4					ПК-4 ПК-14	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2						<i>Тестирование</i>
Всего:	36	45		35			1			
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	144								Экзамен 27 час.	
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	4									

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия				
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии		
Очно-заочная форма									
Первый этап формирования компетенций									
Тема 1. Введение в учет и оценку эффективности маркетинговой деятельности	2	8						ПК-4 ПК-14	
Тема 2. Особенности учета маркетинговой деятельности.	2	8		2				ПК-4 ПК-14	
Тема 3. Порядок документального оформления расходов на текущее изучение (исследование) конъюнктуры рынка	2	8		2				ПК-4 ПК-14	
Тема 4. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности	2	8		2				ПК-4 ПК-14	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				1					<i>Тестирование</i>
Второй этап формирования компетенций									
Тема 5. Маркетинговый консалтинг и маркетинговый аудит	2	8		2				ПК-4 ПК-14	
Тема 6. Источники средств финансирования маркетинговой деятельности	2	8		2				ПК-4 ПК-14	
Тема 7. Методы оценки финансовых активов	2	8		2				ПК-4 ПК-14	
Тема 8. Основы принятия инвестиционных решений	2	8		2				ПК-4 ПК-14	
Тема 9. Финансовый анализ отчетности	2	8		2				ПК-4 ПК-14	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				1					<i>Тестирование</i>
Всего:	18	72		18					
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	144								Экзамен 36 час.
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	4								

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)							Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия				
			Семинары	Практические занятия	Ситуационный анализ	Мастер-класс	Дебаты, дискуссии		
Заочная форма									
Первый этап формирования компетенций									
Тема 1. Введение в учет и оценку эффективности маркетинговой деятельности		13						ПК-4 ПК-14	
Тема 2. Особенности учета маркетинговой деятельности.	1	13		1				ПК-4 ПК-14	
Тема 3. Порядок документального оформления расходов на текущее изучение (исследование) конъюнктуры рынка	1	13		1				ПК-4 ПК-14	
Тема 4. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности	1	13		1				ПК-4 ПК-14	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>		1							<i>Тестирование</i>
Второй этап формирования компетенций									
Тема 5. Маркетинговый консалтинг и маркетинговый аудит	1	13		1				ПК-4 ПК-14	
Тема 6. Источники средств финансирования маркетинговой деятельности	1	13		1				ПК-4 ПК-14	
Тема 7. Методы оценки финансовых активов	1	13		1				ПК-4 ПК-14	
Тема 8. Основы принятия инвестиционных решений	1	13		1				ПК-4 ПК-14	
Тема 9. Финансовый анализ отчетности	1	14		-				ПК-4 ПК-14	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>	-			1					<i>Тестирование</i>
Всего:	8	119		8					
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	144								Экзамен 9 час.
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)	4								

Содержание тем учебной 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. Учетная политика и финансовая система организаций. Финансовый подход к группировке и организации управления маркетингом. Понятия бюджетирования в системе управления финансами организации. Роль финансового менеджмента в обосновании концепции развития предприятия, инвестиционных программ и маркетинговых планов. Понятие финансового плана маркетинга. Основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.

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 не прямых 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. 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 финансового менеджмента для оценки 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. Управление оборотным капиталом, управленческие решения по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации. 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.

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.

Практические занятия

№ п/п	№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
1	Введение в учет и оценку эффективности в маркетинговой деятельности	1. Особенности организационной структуры управления в организациях разных организационно-правовых форм и форм собственности. 2. Финансовый подход к группировке и организации управления маркетингом. 3. Бюджетирование в системе управления финансами организации. 4. Маркетинговый план и его финансовое обеспечение	Опрос
2	Особенности учета маркетинговой деятельности.	1. Содержание «маркетингового» учета. 2. Издержки маркетинга 3. Абсорбционный метод учета, его сущность и содержание.	опрос
3	Порядок документального оформления расходов на текущее изучение (исследование) конъюнктуры рынка	1. Требования налоговых органов к документационному оформлению затрат на маркетинг. 2. Договор на оказание услуг маркетинга 3. Первичные документы, подтверждающие произведенные расходы	Практическое задание
4	Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности	1. Критерии оценки и показатели эффективности маркетинговой деятельности. 2. Анализ затрат на маркетинг. 3. Эффективность информационной системы. 4. Оценка эффективности маркетинговой деятельности	Практическое задание в командах, тестирование
5	Маркетинговый консалтинг и маркетинговый аудит	1. Элементы и структура маркетингового консалтинга. 2. Цели и этапы проведения маркетингового аудита. 3. Анализ документов компании с целью оценки эффективности маркетинговой деятельности	Практическое задание
6	Источники средств финансирования маркетинговой деятельности	1. Авансированный (долгосрочный) капитал. 2. Источники краткосрочного финансирования. 3. Основные способы увеличения капитала предприятия. 4. Собственный капитал или заемные средства?	Опрос, ситуационный анализ
7	Методы оценки финансовых активов	1. Виды финансовых активов, их структура и особенности оценки. 2. Оценка собственного капитала, долевых и долговых ценных бумаг. 3. Оценка доступности финансовых ресурсов к потреблению. 4. Финансовые риски	опрос
8	Основы принятия инвестиционных решений	1. Виды инвестиционных проектов и особенности их оценки 2. Критерии оценки инвестиционных проектов. 3. Управление инвестиционными проектами	Опрос, решение задач

№ п/п	№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
9	Финансовый анализ отчетности	1 Система показателей финансового анализа. 2.Показатели финансовой устойчивости предприятия. 3.Рентабельность организации и методы ее определения. 4.Факторные модели финансового анализа. 5.Операционный анализ	Тестирование

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» используются учебно-методические пособия разработанные преподавателями вуза, а также учебная литература по дисциплине «Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности», размещенная в электронной библиотечной системе biblioclub.ru.

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, 2016. – 224 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <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. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574400>
3. Толкачева Н.А., Мельникова Т.И. Финансовый менеджмент: учебное пособие, М., Берлин: Директ-Медиа, 2014.-228с. ISBN: 978-5-4475-2555-2
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=272224

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В учебной дисциплине компетенции ПК-4, ПК 14 формируются в 6 семестре на третьем этапе освоения образовательной программы (ОПОП) по очной форме обучения и в 8 семестре на четвертом этапе освоения по очно-заочной и заочной формам обучения.

В рамках учебной дисциплины «Учет и оценка эффективности маркетинговой деятельности» выделяются два этапа формирования указанных компетенций в результате последовательного изучения содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает формирование компонентов компетенций с использованием различных форм контактной (аудиторной) и самостоятельной работы:

Компоненты компетенции «знать» формируются преимущественно на занятиях лекционного типа и самостоятельной работы студентов с учебной литературой

Компоненты компетенции «уметь» и «владеть» формируются преимущественно на практических занятиях

Результат текущей аттестации обучающихся на этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Таблица 6.1. Этапы и планируемые результаты освоения компетенций в процессе изучения учебной дисциплины

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-4 Уметь применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации.	Этап 1: Темы: 1-4	систему основных методов финансового менеджмента маркетинговой деятельности	проводить мониторинг достижения стратегических целей компании	-
	Этап 2: Темы 5-9	систему основных методов финансового менеджмента, маркетингового аудита и анализа; основные операции на мировых рынках в условиях глобализации; систему комплексных мероприятий с целью проведения анализа и оценки эффективности маркетинговой деятельности компании	применять основные методы финансового менеджмента, маркетингового аудита и анализа для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях	навыками применения основных методов финансового менеджмента, маркетингового аудита и анализа для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на

			глобализации	мировых рынках в условиях глобализации
ПК 14 Уметь применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.	Этап 1: Темы: 1-4	систему основных принципов и стандартов финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации осуществляющей свою деятельность в сфере маркетинга	применять стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации осуществляющей свою деятельность в сфере маркетинга	навыками применения основных принципов и стандартов финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации осуществляющей свою деятельность в сфере маркетинга
	Этап 2: Темы 5-9	Систему основных принципов и стандартов финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, осуществляющей свою деятельность в сфере маркетинга, умений управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.	применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, умений управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.	Навыками применения основных принципов и стандартов финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения учебной дисциплины представлены в таблице 6.2

Таблица 6.2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этапы	РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ ПК-4, ПК-14 (описание результатов представлено в таблице 1)	КРИТЕРИИ и ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю) <i>(критерии и показатели определены соответствующими картами компетенций, при этом пользуются традиционной системой оценивания)</i>				Контрольные задания, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций
		2 (неуд)	3 (уд)	4 (хор)	5 (отл)	
1 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Контрольная работа в форме тестирования
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	
2 этап	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	Контрольная работа в форме тестирования и решения задач
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	

Изучение дисциплины заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме экзамена

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 1 этап формирования компетенций

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:

- a) финансово-кредитный механизм коммерческих организаций
- b) финансовый менеджмент коммерческой организации
- c) финансово-кредитный механизм государства
- d) управление финансами в некоммерческих организациях
- e) управление финансами в государственных органах
- f) **все перечисленное входит**

9. В договоре на оказание маркетинговых услуг, как правило, не прописывается:

- a) порядок расчетов
- b) стоимость услуг
- c) порядок возмещения компенсаций
- d) **расчет стоимости услуг**

10. В системе управления финансами при разработке маркетингового проекта выделяют следующие элементы:

- a) кадры,
- b) методы,
- c) инструментарий,
- d) информационное обеспечение и технические средства;
- e) **все вышеперечисленное.**

Оценка за контрольное задание рубежного контроля 1 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест:

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

6.3.2. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 2 этап формирования компетенций

Пример теста

1. Выделение финансового планирования как особого вида планирования при разработке маркетингового проекта обусловлено:

- a) относительной самостоятельностью движения денежных средств по отношению к материально-вещественным элементам производства;
- b) необходимостью администрирования при принятии решений о распределении финансовых ресурсов;
- c) необходимостью согласования движения денежных средств предприятия с контрагентами;
- d) активным воздействием опосредованного деньгами распределения на производство;
- e) все вышеперечисленное;
- f) **ответы а), b), d)**

4. Что из нижеперечисленного не является целью финансового планирования:

- a) Обеспечение реальной сбалансированности планируемых доходов и расходов;
- b) Организация финансовых взаимоотношений с бюджетом, внебюджетными фондами, банками, кредиторами и дебиторами;
- c) Обеспечение платежеспособности и финансовой устойчивости;

- d) Увеличение прибыли по основной деятельности и другим видам деятельности, если они имеют место;
 - e) обеспечение финансовыми ресурсами и денежными средствами деятельность предприятия;
 - f) **нет верного ответа**
5. Что из нижеперечисленного не входит в процедуру планирования маркетингового проекта:
- a) **разработка финансовой стратегии;**
 - b) корректировка планов при неудовлетворительном результате;
 - c) составление плана продаж;
 - d) принятие плана.
6. Какой вид финансового планирования разрабатывается на срок до 1 года:
- a) **текущее планирование;**
 - b) оперативное планирование;
 - c) прогнозирование финансовой деятельности;
 - d) финансовая идеология;
 - e) миссия предприятия
 - f) нет правильного ответа.
7. Главной целью какого плана является определение суммы чистой прибыли от операционной деятельности маркетингового агентства:
- a) плана поступления и расходования денежных средств;
 - b) плана доходов и расходов по инвестиционной деятельности;
 - c) **плана доходов и расходов по операционной деятельности;**
 - d) балансового плана;
 - e) операционного плана;
 - f) плана реализации товаров или услуг.
8. 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
- a) финансовая стратегия;
 - b) **бюджет;**
 - c) финансовая идеология;
 - d) отчет о прибылях и убытках;
 - e) финансовая цель предприятия;
 - f) нет правильного ответа.
9. На решение каких задач направлено бюджетирование:
- a) обеспечение покрытия этих расходов финансовыми ресурсами из различных источников
 - b) обеспечение финансового благосостояния владельцев предприятия;
 - c) обеспечение ликвидности баланса предприятия;
 - d) определение объема и состава расходов, связанных с деятельностью отдельных структурных единиц и подразделений предприятия;
 - e) **ответ а), d)**
 - f) нет правильного ответа.
10. По видам затрат выделяют следующие виды бюджетов:
- a) бюджет по операционной, инвестиционной, финансовой деятельности;
 - b) **текущий и капитальный бюджеты;**
 - c) функциональный, комплексный бюджет;
 - d) стабильный, гибкий бюджет;
 - e) текущий и функциональный бюджет;
 - f) комплексный и гибкий бюджет.

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 за контрольное задание рубежного контроля 2 этапа освоения компетенций формируется следующим образом:

Тест:

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

Решение задач - оценивание производится по пятибалльной шкале оценивания

6.3.3. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации

Примерные вопросы к экзамену

1. Понятие, цели и задачи управления финансовой деятельностью предприятия сферы маркетинговой деятельности
2. Функции финансового менеджмента.
3. Показатели эффективности маркетинговой деятельности
4. Особенности организационной структуры управления в организациях разных организационно-правовых форм и форм собственности.
5. Финансовый подход к группировке и организации управления маркетингом.
6. Бюджетирование в системе управления финансами организации.
7. Маркетинговый план и его финансовое обеспечение
8. Требования налоговых органов документационному оформлению маркетинговой деятельности
9. Принятие управленческих решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
10. Формы и методы анализа финансовой отчетности.
11. Система показателей финансового анализа.
12. Анализ ликвидности баланса компании.
13. Управление оборотным капиталом
14. Показатели финансовой устойчивости компании.
15. Рентабельность компании и методы ее определения.
16. Анализ деловой активности (оборачиваемости).
17. Операционный анализ как база принятия управленческих решений.
18. Понятие производственного и финансового рычагов. Комбинированный рычаг.
19. Сущность финансового планирования и прогнозирования.
20. Бюджеты, их виды и роль в краткосрочном планировании.
21. Методы и модели прогнозирования основных финансовых показателей.
22. Финансовая политика.
23. Основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.
24. Взаимосвязь финансовой политики, планирования и роста фирмы.
25. Потоки платежей и методы их оценки.
26. Виды процентных ставок.
27. **Методы финансового менеджмента для оценки активов.**
28. Сущность и виды финансового риска. Риск и доходность.
29. Понятие, сущность и структура маркетингового консалтинга.
30. Методы и приемы маркетингового аудита
31. **Основы принятия инвестиционных решений.**
32. Принципы и методы формирования бюджета капитальных вложений.
33. Виды и методы оценки маркетинговых и инвестиционных проектов.
34. Показатели оценки риска. Риски инвестиционных проектов, методы их анализа.
35. Понятие стоимости и структуры капитала.
36. Сущность дивидендной политики.

37. Источники и формы финансирования предприятий.
38. Бюджетное финансирование и кредитование, условия их предоставления.
39. Собственные источники финансирования.

Пример практического задания для экзамена

Вариант 1.

Задача 1. 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:		

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности по дисциплине «Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности» проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает:

- текущий контроль (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- рубежный контроль – оценка результатов освоения дисциплины, степени сформированности компетенций на каждом из этапов освоения учебной дисциплины.

- промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по учебной дисциплине в целом). Промежуточная аттестация по данной дисциплине проводится в форме экзамена

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. Тематическим планом предусмотрен рубежный контроль в виде контрольных заданий и промежуточная аттестация в виде экзамена. К экзамену допускаются студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, задание для самостоятельной работы и контрольные опросы.

Контрольная работа проводится в учебной аудитории. Контрольная работа может осуществляться в формате тестирования студентов и (или) решения задач. Студенты получают бланк заданий. Студенту сообщается время, отведенное на выполнение контрольной работы, способы допустимых исправлений и другая информация (ответы на возникающие вопросы со стороны студентов).

При выполнении контрольной работы студентам запрещается консультироваться с однокурсниками, использовать телефон, информацию на бумажных и других носителях. По окончании работы, выполняемой в самом бланке задания, студент подписывает работу и сдает ее преподавателю на проверку. Результаты работы, типичные ошибки разбираются

на следующем занятии. Студентам сообщается оценка, которая заносится в соответствующую ведомость. Ведомость рубежного контроля предоставляется преподавателем в деканат соответствующего факультета.

Тест - является одним из основным средством формального контроля качества обучения. Тестированием называется метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить знания, умения и навыки студента характеризующих определенный этап формирования компетенций.

Тесты построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы на определенном этапе их освоения. С помощью тестирования можно оценить уровень знаний студента о предметной области дисциплины и понимания основных ее положений и терминов, а так же умение и навыки студента применять полученные при освоении учебной дисциплины практические знания для решения конкретных задач.

Тесты для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих различные этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы бывают следующих видов:

Закрытая форма является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов. Закрытую форму вопросов используют также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае формулируют условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Студент должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

Открытая форма. Вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), чертежа (схемы), графика, в которых пропущены существенные составляющие - слова, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Студент должен вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

Установление соответствия. Студенту предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие.

Установление последовательности предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов, фраз, дат и т.п.

Оценка результатов тестирования предполагает использование количественной шкалы оценивания

Экзамен - промежуточная аттестация (контроль по окончании изучения учебной дисциплины или ее части)

Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с расписанием. Студенты допускаются к сдаче экзамена при условии прохождения всех контрольных рубежей.

Студенты заранее получают экзаменационные вопросы и задания.

Экзаменационный билет может включать в себя:

- три вопроса, из которых 2 вопроса - теоретические и 1 вопрос – задача или проблемная ситуация.
- 2 вопроса – оба из которых теоретические.

При оценке ответа обучающегося на вопрос билета преподаватель руководствуется следующими критериями:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;
- правильность, способы и методы решения задачи или проблемной ситуации
- языковое оформление ответа.

Отметка **«отлично»** ставится, если обучающихся полно излагает изученный материал, обнаруживает понимание специфики вопроса, дает правильное определение основных понятий и категорий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры, самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно. Ответ не содержит фактические ошибки.

Оценка **«хорошо»** ставится за правильное и глубокое усвоение программного материала, однако в ответе допускаются неточности и незначительные ошибки, как в содержании, так и форме построения ответа.

Оценка **«удовлетворительно»** свидетельствует о том, что студент знает основные, существенные положения учебного материала, но не умеет их разъяснять, допускает отдельные ошибки и неточности в содержании знаний и форме построения ответа.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент обнаруживает незнание большей части материала, неверно отвечает на вопрос, даёт ответ, который содержательно не соотносится с поставленной задачей, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно излагает материал.

При проведении экзамена учитываются результаты выполнения контрольных заданий, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций - результаты рубежного контроля.

Важнейшим условием успешной реализации перечисленных форм контроля является их комплексность и функциональность, предполагающая связь приобретаемых компетенций с конкретными видами и задачами профессиональной деятельности и социальной активности выпускника

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

1. Воронина, М. В. Финансовый менеджмент : учебник / М. В. Воронина. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 399 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573253>
2. Сигунова, Т.А. Бухгалтерский управленческий учет : учебное пособие / Т.А. Сигунова, Н.Б. Кутинова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 151 с. : табл. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=468251>
3. Турманидзе, Т. У. Финансовый менеджмент : учебник / Т. У. Турманидзе, Н. Д. Эриашвили. – Москва : Юнити, 2017. – 247 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615938>
4. Скворцова Н.А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса: учебное пособие / Н.А. Скворцова.– М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015.-325с
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=363029

Дополнительная литература

1. Анциферова, И.В. Бухгалтерский финансовый учет : учебник / И.В. Анциферова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 558 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495750>

2. Алексеева О.А. Практикум по финансовому менеджменту: учебное пособие. – 3-е изд., испр. и доп. / О.А. Алексеева.- М.-Берлин: Директ-Медиа, 2014.-255с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=255894
3. Алексеева, И.В. Аудит бизнеса: учебное пособие: [16+] / И.В. Алексеева, И.Н. Богатая, А.Н. Кизилов; Министерство образования и науки Российской Федерации, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. – 294 с.: табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567397> – Библиогр.: с. 195-203. – ISBN 978-5-7972-2602-4. – Текст: электронный.
4. 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. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500628>
5. Лытнев О.Н. Основы финансового менеджмента. Учебное пособие. - М.: Директ-Медиа, 2014.-324с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=229239
6. Межова Л.Н. Финансовый менеджмент организации: учебное пособие / А.М.Гринь, Л.Н. Межова, О.С. Миндергасова. – Новосибирск: изд.-во НГТУ, 2012.-268с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=228778
7. Синицкая Н.Я. Финансовые аспекты управления современным предприятием: учебное пособие / Н.Я. Синицкая. – М.: Директ-Медиа, 2014.-353с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=238369

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993), (учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ);
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (в ред. от 01.09.2016);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (в ред. от 11.02.2013) с изменениями в ред. ФЗ от 03.07.2016г.;
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (в ред. от 14.06. 2012) с изменениями в ред. ФЗ от 03.07.2016г.;
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 N 146-ФЗ (в ред. от 02.10.2012) с изменениями в ред. ФЗ от 03.07.2016г.;
6. Налоговый Кодекс РФ (часть первая от 31.07.1998 №146 - ФЗ (в ред. от 07.05.2013) с изменениями в ред. ФЗ от 03.07.2016г.;
7. Налоговый Кодекс РФ (часть вторая от 05.08.2000 № 117 – ФЗ (в ред. от 07.05.2013) с изменениями в ред. ФЗ от 03.07.2016г.;
8. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (в ред. от 03.10.2016).

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

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. Window.edu.ru – единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. www.consultant.ru - Официальный сайт компании "Консультант Плюс"
4. <http://www.marketcenter.ru/> - базы данных системы межрегиональных маркетинговых центров
5. <http://www.marketing.spb.ru/> - Энциклопедия маркетинга
6. <https://www.minfin.ru/ru/performance/accounting/accounting/> - база данных «Бухгалтерский учет и отчетность» Минфина России
7. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж
8. <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
9. www.forexpf.ru - Компания Pro Finance Service, Inc
10. www.rbc.ru - Группа компаний РБК
11. www.vedomosti.ru - газета Ведомости
12. www.kommersant.ru - ИД «Коммерсантъ»

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

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.

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

При осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине «Учет и оценка эффективности в маркетинговой деятельности» предполагается использование сети Интернет, стандартных компьютерных программ Microsoft Windows. Использование специального программного обеспечения или справочных систем данной рабочей программой предусматривает в соответствии с п.8 настоящей рабочей программы.

Лицензионное программное обеспечение:

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. Windows 7 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
4. Microsoft Office Professional Plus 2010 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Браузер Yandex;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Кабинет № 423- учебное помещение № I-58, для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Для проведения занятий лекционного типа аудитория оборудована 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 - 15 шт.;

5. стулья – 71 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.

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

Кабинет № 404 -учебное помещение № I-14, для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. / Лаборатория информационных технологий.

Для проведения занятий лекционного типа аудитория оборудована 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 - 26 шт.

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».