

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет экономики и финансов

Кафедра финансов и кредита

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой финансов и кредита

Протокол от «29» августа 2018 г. № 7

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**ФИНАНСОВЫЙ МАРКЕТИНГ**

Б1.В.ДВ.9.1

краткое наименование дисциплины – не устанавливается

по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

направленность (профиль): «Финансы и кредит»

квалификация: Бакалавр

формы обучения: очная, заочная

Год набора — 2019

Новосибирск, 2018

**Авторы-составители:**

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита Т.И. Мельникова  
старший преподаватель кафедры финансов и кредита Е.Л. Гуляева

Заведующий кафедрой финансов и кредита

кандидат экономических наук, доцент Т.К. Гоманова

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	20
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	24
6.1. Основная литература.....	24
6.2. Дополнительная литература.....	24
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	25
6.4. Нормативные правовые документы.....	25
6.5. Интернет-ресурсы.....	25
6.6. Иные источники.....	25
7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	25

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.9.1 Финансовый маркетинг обеспечивает овладение следующей компетенцией студентами всех форм обучения:

Таблица 1.1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих	ПК-5.4	Способность анализировать информацию, содержащуюся в отчетности предприятий, организаций, ведомств и принимать управленческие решения на основе ее интерпретации.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов всех форм обучения должны быть сформированы:

Таблица 1.2

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ПК -5.4.	<p>на уровне знаний: основы построения системы показателей, для разработки и реализации маркетинговой стратегии компании; методов расчета и анализа показателей оценки влияния маркетинговой стратегии на финансовый результат</p> <p>на уровне умений: интерпретировать финансовые документы компании, рассчитывать на основе типовых методик экономические и финансовые показатели; анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий с целью оценки влияния реализуемой маркетинговой стратегии на финансовый результат; формулировать долгосрочные и краткосрочные финансовые цели, и критерии их достижения, осуществлять выбор управленческих решений, опираясь на результаты анализа.</p> <p>на уровне навыков: расчета показателей, содержащихся в финансовой и бухгалтерской отчетности, при принятии стандартных финансовых решений</p>

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем 44, их них 22 лекционного типа, 22 практического (семинарского) типа, и 82 на самостоятельную работу обучающихся;

По заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем 10, их них 6 лекционного типа, 8 практического (семинарского) типа, и 121 на самостоятельную работу обучающихся;

По заочной форме обучения с ДОТ количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем 10, их них 6 лекционного типа, 8 практического (семинарского) типа, и 121 на самостоятельную работу обучающихся.

### Место дисциплины в ОП

- Б1.В.ДВ.9.1 Финансовый маркетинг

Дисциплина изучается студентами очной формы обучения на 4 курсе в 8 семестре, студентами заочной формы – на 5 курсе.

- Дисциплина изучается после изучения следующих дисциплин:

По очной форме обучения:

Б1.В.ОД.3 Финансовая математика; Б1.В.ОД.7 Финансовый менеджмент; Б1.В.ОД.11 Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика.

По заочной форме обучения и по заочной форме с применением ЭОи ДОТ:

Б1.В.ОД.3 Финансовая математика; Б1.В.ОД.7 Финансовый менеджмент; Б1.В.ОД.11 Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика; Б1.В.ДВ.7.1 Оценка стоимости бизнеса; Б1.В.ДВ.7.2 Оценка ценных бумаг.

## 3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3.1

№ п/п	Наименование тем, модулей (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости <sup>1</sup> , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающегося с преподавателем по видам учебных занятий					
			л	лр	пз	КСР		
<b>Очная форма обучения</b>								
Раздел 1	Основы финансового маркетинга	60	10		10	2	38	
Тема 1.1	Введение в финансовый маркетинг	16	2		2		12	эссе
Тема 1.2.	Взаимосвязь маркетинговой стратегии и финансовых результатов	22	4		4		14	тестирование

<sup>1</sup> Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д) и др.

Тема 1.3.	Планирование финансовых результатов	22	4	4	14	кейс	
<b>Раздел 2</b>	<b>Финансовые последствия реализации маркетинговой стратегии</b>	<b>66</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>40</b>	
Тема 2.1	Выбор ценовой стратегии. Финансовые последствия ценовой политики	18	4	4	14	тестирование	
Тема 2.2.	Финансовые аспекты управления поставками	16	4	4	14	учебная ситуация	
Тема 2.3.	Разработка и анализ плана маркетинга	17	4	4	14	доклад	
Промежуточная аттестация		18			18	8	Экзамен
<b>Всего:</b>		<b>144</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>82</b>	ак.ч.
<b>Всего:</b>		<b>4</b>					з.е.
<b>Всего:</b>		<b>108</b>					ас.ч.

Таблица 3.2

№ п/п	Наименование тем, (разделов)	Объем дисциплины, час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающегося с преподавателем по видам учебных занятий					
			л	лр	пз	КСР		
<b>Заочная форма обучения</b>								
<b>Раздел 1</b>	<b>Основы финансового маркетинга</b>	<b>62</b>	<b>2</b>		<b>3</b>		<b>57</b>	Комплексное задание по вопросам раздела
Тема 1.1	Введение в финансовый маркетинг	21	1		1		19	
Тема 1.2.	Взаимосвязь маркетинговой стратегии и финансовых результатов	21	1		1		19	
Тема 1.3.	Планирование финансовых результатов	20			1		19	
<b>Раздел 2</b>	<b>Финансовые последствия реализации маркетинговой стратегии</b>	<b>66</b>	<b>4</b>		<b>5</b>		<b>57</b>	Комплексное задание по вопросам раздела
Тема 2.1	Выбор ценовой стратегии. Финансовые последствия ценовой политики	22	1		2		19	
Тема 2.2.	Финансовые аспекты управления поставками	22	1		2		19	
Тема 2.3.	Разработка и анализ плана маркетинга	22	2		1		19	
Промежуточная аттестация		9				9		Экзамен
<b>Всего:</b>		<b>144</b>	<b>6</b>		<b>8</b>	<b>9</b>	<b>121</b>	ак.ч.
<b>Всего:</b>		<b>4</b>						з.е.
<b>Всего:</b>		<b>108</b>						ас.ч.

Таблица 3.3

№ п/п	Наименование тем, (разделов)	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающегося с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			л/э, дот	лр/э, дотЗ	пз/э, дотЗ	КСР		
<b>Заочная форма обучения с ЭО ДОТ</b>								
<b>Раздел 1</b>	<b>Основы финансового маркетинга</b>	<b>62</b>	<b>2</b>		<b>3</b>		<b>57</b>	
Тема 1.1	Введение в финансовый маркетинг	21	1		1		19	
Тема 1.2.	Взаимосвязь маркетинговой стратегии и финансовых результатов	21	1		1		19	
Тема 1.3.	Планирование финансовых результатов	20			1		19	
<b>Раздел 2</b>	<b>Финансовые последствия реализации маркетинговой стратегии</b>	<b>66</b>	<b>4</b>		<b>5</b>		<b>57</b>	
Тема 2.1	Выбор ценовой стратегии. Финансовые последствия ценовой политики	22	1		2		19	
Тема 2.2.	Финансовые аспекты управления поставками	22	1		2		19	
Тема 2.3.	Разработка и анализ плана маркетинга	22	2		1		19	
Промежуточная аттестация		9				9	Экзамен	
<b>Всего:</b>		<b>144</b>	<b>6</b>		<b>8</b>	<b>9</b>	<b>121</b>	
<b>Всего:</b>		<b>4</b>					з.е.	
<b>Всего:</b>		<b>108</b>					ас.ч.	

### Содержание дисциплины

#### Тема 1.1 Введение в финансовый маркетинг

Управление маркетингом. Функции менеджера по маркетингу. Миссия и цели организации. Информация, необходимая для управления маркетингом. Анализ внешнего окружения и понимание конкуренции. Способы достижения конкурентных преимуществ.

#### Тема 1.2 Взаимосвязь маркетинговой стратегии и финансовых результатов

Взаимосвязь стратегических и финансовых целей. Роль финансовой информации. Измерение финансовой эффективности предприятия. Максимизация прибыли и планирование рентабельности. Гибкое бюджетирование и анализ безубыточности.

#### Тема 1.3 Планирование финансовых результатов

Основы управления эффективностью. Планирование ключевых показателей результативности. Интегрированное планирование ключевых показателей.

#### Тема 2.1 Выбор ценовой стратегии. Финансовые последствия ценовой политики

Роль рынка в определении ценовой политики предприятия. Направления политики ценообразования. Факторы, влияющие на выбор стратегии ценообразования. Тактика

ценообразования. Скидки. Этапы формирования и методы определения базисной цены.

Тема 2.2 Финансовые аспекты управления поставками

Влияние управления поставками на прибыльность организации. Процессы поставок. Увеличение скорости движения товарных запасов. Методы оптимального управления запасами. Способы повышения эффективности системы поставок.

Тема 2.3 Разработка и анализ плана маркетинга

Стратегия маркетинга как система. Этапы маркетингового планирования. Составление формального плана маркетинга. Анализ риска и планирование непредвиденных обстоятельств. Прогнозирование и составление бюджета маркетинга. Анализ отклонений и бюджетный контроль.

#### 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

##### 4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Финансовый маркетинг используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Для очной формы обучения

Таблица 4.1

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
<b>раздел 1</b>	<b>Основы финансового маркетинга</b>	
Тема 1.1	Введение в финансовый маркетинг	Эссе
Тема 1.2.	Взаимосвязь маркетинговой стратегии и финансовых результатов	Тестирование
Тема 1.3.	Планирование финансовых результатов	Работа в группе по выполнению задания
<b>раздел 2</b>	<b>Финансовые последствия реализации маркетинговой стратегии</b>	
Тема 2.1	Выбор ценовой стратегии. Финансовые последствия ценовой политики	Тестирование
Тема 2.2.	Финансовые аспекты управления поставками	Работа в группе по выполнению ситуационной задачи, обсуждение
Тема 2.3.	Разработка и анализ плана маркетинга	Доклад на тему

Для заочной формы обучения

Таблица 4.2

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
<b>раздел 1</b>	<b>Основы финансового маркетинга</b>	
Тема 1.1	Введение в финансовый маркетинг	
Тема 1.2.	Взаимосвязь маркетинговой стратегии и финансовых результатов	Решение комплексного задания по вопросам раздела (тест, задачи)
Тема	Планирование финансовых результатов	



1.3.		
<b>раздел 2</b>	<b>Финансовые последствия реализации маркетинговой стратегии</b>	
Тема 2.1	Выбор ценовой стратегии. Финансовые последствия ценовой политики	Решение комплексного задания по вопросам раздела (тест, задачи)
Тема 2.2.	Финансовые аспекты управления поставками	
Тема 2.3.	Разработка и анализ плана маркетинга	

В ходе реализации дисциплины по заочной форме обучения с применением ЭО, ДОТ используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- письменный ответ на задания электронного семинара;
- письменное собеседование с обучающимся в ходе проведения электронного семинара

**4.1.2. При проведении промежуточной аттестации по дисциплине** проводится в форме устного или письменного экзамена.

Экзамен для студентов заочной формы обучения с применением ЭО ДОТ состоит из выполнения письменного контрольного задания и электронного тестирования с применением специального программного обеспечения.

## **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.**

### **Типовые темы для обсуждений**

1. Финансовые аспекты оценки привлекательности сегмента рынка.
2. Использование финансовых показателей при выборе целевого сегмента рынка.
3. Анализ каналов формирования прибыли.
4. Применение методов оптимизации выпускаемой продукции.
5. Взаимосвязь между прибыльностью и жизненным циклом товара.
6. Построение финансовой модели расчета изменений показателей прибыльности на разных этапах жизненного цикла товара.
7. Комплексный анализ изменения финансовых показателей деятельности предприятия на разных этапах жизненного цикла товара.
8. Разработка финансовой модели оценки эффективности управления ассортиментом продукции (с позиции рынка).
9. Методология разработки маркетингового плана фирмы.
10. Разработка финансовой модели оценки эффективности маркетингового плана фирмы.
11. Управление портфелем товара.
12. Разработка финансовой модели оценки эффективности рекламной кампании.
13. Разработка финансовой модели оценки реализации целей фирмы.
14. Анализ потоков маркетинговой информации в процессе бюджетирования.
15. Управление по отклонениям в процессе бюджетного контроля.
16. Методы оценки роль маркетинговой информации в принятии долгосрочных инвестиционных решений.
17. Использование маркетинговой и финансовой информации для формирования цены товара (услуги).
18. Финансовый анализ маркетинговых стратегий вывода на рынок нового товара.
19. Методы прогнозирования влияния изменений факторов окружающей среды.

20. Методы прогнозирования объемов продаж.
21. Методы анализа альтернативных стратегий

#### **Типовые темы для написания эссе**

1. Деятельность менеджеров по маркетингу и по финансам. Особенности, Различия. Общий вклад в финансовый результат компании.
2. Проблемы определения конкурентной позиции компании.
3. Особенности формирования финансовой стратегии на различных этапах жизненного цикла компании.

#### **Типовые темы для написания докладов**

1. Возможности и ограничения стратегий сегментирования.
2. Влияние реализации политики взаимодействия с дебиторами на финансовый результат компании.
3. Влияние политики управления запасами на финансовый результат компании.
4. Возможности и ограничения применения концепции цепочки стоимости.

#### **Типовые варианты вопросов и заданий для письменного ответа электронного семинара (для заочной формы обучения с применением ЭО ДОТ.)**

1. Содержание маркетинговой деятельности. Система маркетинга.
2. Анализ чувствительности финансовых результатов к изменениям цены и структуры затрат.
3. Условия и способы максимизации прибыли.
4. Анализ потребительского спроса. Эластичность спроса.
5. Факторы рентабельности коммерческой деятельности
6. Формы маркетингового контроля.
7. Взаимосвязь стратегических и финансовых целей организации.
8. Анализ конкуренции. Структура конкуренции: пять сил конкуренции.
9. Анализ безубыточности. Пороговый объем выпуска товаров.
10. Прогнозирование и составление бюджета маркетинга.
11. Модель изучения конкуренции. Подготовка отчета о конкурентной среде.
12. Матричный анализ хозяйственного портфеля.
13. Формирование прибыли в условиях риска.
14. Анализ внешнего окружения. СТЭП-факторы. Оценка сильных и слабых сторон компании.
15. Основные функции менеджера по маркетингу.
16. Управление портфелем товаров. Оценка рисков на каждой стадии жизненного цикла.
17. Прогнозирование и составление бюджета маркетинга.
18. Определение миссии и целей организации.
19. Определение и учет маркетинговых издержек.
20. Расчет прибылей и убытков. Распределение издержек.
21. Тактика построения ценовой шкалы.
22. Управление ценообразованием при стимулировании сбыта.
23. Основные направления политики ценообразования при различных маркетинговых стратегиях.
24. Выбор рекламного агентства. Оценка эффективности рекламы.
25. Основные направления маркетинговых исследований. Система маркетинговой информации.
26. Взаимоотношения между поставщиками и потребителями. Модель поставки.

27. Разработка нового товара. Риски внедрения нового товара на рынок.
28. Влияние методов прогнозирования на процесс составления бюджета.
29. Концепция тотального управления качеством.
30. Модель управления поставками «точно вовремя».
31. Методы ценообразования. Этапы ценообразования.
32. Цена и валовая прибыль.
33. Постоянные и переменные издержки. Средние и предельные издержки.
34. Система маркетинговой информации

### **Контент тестовых заданий**

1. В упрощенной схеме рыночного процесса выделяют два принципиальных типа рынка: (вопрос типа «многие из многих»)
  - а) \*рынок продукции
  - б) рынок труда
  - в) рынок производства
  - г) \*рынок ресурсов
  
2. Взаимозаменяемыми являются товары перекрестная эластичность между которыми: (вопрос типа «один из многих»)
  - а)\* равна нулю
  - б) положительна
  - в) отрицательна
  
3. Финансовые цели организации являются подчиненными: (вопрос типа «один из многих»)
  - а)\* стратегическим целям
  - б) маркетинговым целям
  - в) тактическим целям
  - г) операционным целям
  
4. Для оценки общего потенциала прибыльности организации применяют концепцию: (вопрос типа «один из многих»)
  - а) \*цепочки стоимости
  - б) альтернативных затрат
  - в) эффективности рынков капитала
  - г) агентских отношений
  
5. Издержки упущенных возможностей называются: (вопрос типа «один из многих»)
  - а) переменными
  - б) постоянными
  - в)\* альтернативными
  - г) трансакционными

### **Типовые расчетные задания**

1. Ниже приводятся данные упрощенного варианта баланса крупной холдинговой компании «Росфуд», специализирующейся на торговле спиртными напитками, управлении барами и розничной продаже еды «фаст фуд». Представьте данную информацию в форме бухгалтерского баланса, распределяя активы по соответствующим категориям.

	Тыс. руб.
Наличные средства	1500
Строения	24000
Нераспределенная прибыль	2500
Мебель и офисные приспособления	3000
Дебиторская задолженность	10000
Торговые кредиторы	17000
Запасы	10000
Долгосрочная банковская ссуда	27000
Фабричный корпус и оборудование	3000
Акционерный капитал	5000

Алгоритм решения

Необходимо проанализировать информацию

Провести структурирование на активы и пассивы

Сформировать баланс горизонтального типа

Просуммировать столбцы

Проверить баланс

2. Бизнес Николая заключается в продаже сладостей со склада. Он является поставщиком для торговцев, которые торгуют в киосках на воскресных открытых базарах в маленьких городках. Свое дело 1 мая 20XX г. Николай начал, имея наличными 5000 руб. В течение мая поставщики отгрузили на склад Николая конфет на сумму 60000 руб., предоставив ему шестинедельный коммерческий кредит. Кроме того, Николай приобрел также конфеты от другого поставщика еще на 50000 руб. Он заплатил арендную плату за склад за месяц — 30000 руб. В течение месяца он продал конфет на сумму 110000 руб. наличными и еще на 50000 руб. по четырехнедельному кредиту (в общей сложности эти товары обошлись Николаю в 110000 руб.). Кроме того, он оплатил работу временного персонала, работавшего неполный рабочий день — 36000 руб., а также взял 50000 руб. в качестве своего месячного жалования как директора предприятия. Составьте отчет о движении денежных средств для предприятия Николая и дайте комментарии по поводу его кассового плана.

Алгоритм решения

Проанализировать информацию

Определить статьи кассового плана

Сформировать кассовый план

Произвести все необходимые расчеты

Проанализировать сальдо чистого движения денежных средств

Сформулировать комментарии по полученным результатам анализа

3. В начале июля пивной бар «Белый Филин» располагал запасом пива, оцениваемым в 110000 руб. В течение этого месяца был закуплен дополнительный запас пива на пивзаводе по цене 564000 руб. Продажа пива (по ценам реализации) составила 752000 руб. Оставшийся в конце июля запас пива оценивался в 57600 руб. Рассчитайте себестоимость проданной продукции и валовую прибыль пивного бара «Белый Филин» за июль.

Алгоритм решения

Необходимо проанализировать информацию

Провести структурирование информации по признакам доходов и расходов

Произвести все необходимые расчеты  
 Составить укрупненный расчет ОДР  
 Сформулировать комментарии по полученным результатам анализа

### Типовой кейс

В таблице приведены фрагменты из счетов прибылей и убытков двух компаний, действующих в одной отрасли. Одна компания предлагает широкий выбор высококачественной и дорогой продукции, другая торгует по низким ценам и является лидером отрасли по размеру затрат.

Обобщенные данные из счетов прибылей и убытков			
Компания X		Компания Y	
	тыс. руб.		т. тыс. руб.
Объем продаж	8000	Объем продаж	6000
Себестоимость проданной продукции-	7000	Себестоимость проданной продукции-	4000
Валовая прибыль		Валовая прибыль	
Расходы	800	Расходы	1500
Чистая прибыль		Чистая прибыль	

Алгоритм решения

Рассчитайте величину недостающих показателей

Вывчислите чистую маржу, валовую маржу и наценку обеих компаний.

Прокомментируйте полученные результаты в свете приведенной выше информации о двух компаниях.

### 4.3. Оценочные средства промежуточной аттестации.

#### 4.3.1. Формируемые компетенции

На всех формах обучения

Таблица 5.1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих	ПК-5.4	Способность анализировать информацию, содержащуюся в отчетности предприятий, организаций, ведомств и принимать управленческие решения на основе ее интерпретации.

Для всех форм обучения

Таблица 6.1

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-5.4 Способность анализировать информацию, содержащуюся в отчетности предприятий, организаций, ведомств и принимать управленческие решения на основе их интерпретации.	Анализирует и интерпретирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.; обосновывает и принимает управленческие решения	Систематизирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий, различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., интерпретирует полученные результаты, принимает обоснованные управленческие решения, представляет их в форме аналитического отчета

### 4.3.2 Типовые оценочные средства

#### Вопросы для подготовки к экзамену

1. Содержание маркетинговой деятельности предприятия.
2. Содержание финансовой деятельности предприятия.
3. Система маркетинга.
4. Информационное обеспечение управления маркетинговой деятельностью.
5. Анализ внешней среды.
6. Анализ конкуренции.
7. Способы достижения конкурентных преимуществ.
8. Взаимосвязь стратегических маркетинговых и финансовых целей.
9. Обеспечение управленческих решений финансовой информацией.
10. Измерение финансовой эффективности управленческих решений.
11. Применение анализа безубыточности.
12. Анализ и контроль финансовой эффективности управленческих решений. Сверка.
13. Измерение финансового результата реализации управленческих решений.
14. Анализ каналов формирования прибыли. Дерево прибыли.
15. Методы максимизации прибыли.
16. Стратегический анализ диверсифицированных компаний.
17. Прогнозирование в процессе подготовки и принятия управленческих решений.
18. Влияние качества прогнозов на формирование финансового результата.
19. Оценка потребности в прогнозировании.
20. Требования к информации для краткосрочного и долгосрочного прогнозирования.
21. Выбор ценовой стратегии.
22. Финансовые последствия ценовой политики.
23. Этапы формирования и методы определения базисных цен.
24. Влияние управления поставками на прибыльность организации.
25. Скорость движения товарно-материальных запасов.
26. Методы оптимального управления запасами.
27. Способы повышения эффективности системы поставок.
28. Система стратегического маркетинга.
29. Составление плана маркетинга.
30. Анализ рисков и планирование непредвиденных обстоятельств.

31. Взаимосвязь стратегических и операционных планов.
32. Формирование и оценка эффективности дивидендной политики.

#### **Типовая ситуационная задача**

Компании «Альфа» необходимо определить оптимальный размер заказа (EOQ) на важные дорогостоящие комплектующие при относительно постоянном уровне процентной ставки в течение года.

Объем ежеквартального потребления 200 инвентарных позиций

Стоимость выполнения одного заказа 10000 руб.

Затраты на хранение 40000 руб. в год за каждую позицию

Компании нужно иметь в наличии семидневный запас данных комплектующих.

На получение одного заказа требуется 10 дней с момента его оформления.

Учитываем, что в году 360 дней, в квартале 90 дней.

*Содержание верного решения.*

Рассчитан оптимальный размер заказа (ближайшая партия).

Определены общие издержки ближайшей партии заказа.

Определен объем резервного заказа.

Определена точка повторного заказа.

#### **Контент тестовых заданий (для обучающихся по заочной форме обучения с применением ЭО ДОТ)**

Основной целью управления маркетингом в организации является ориентация всей деятельности организации: (вопрос типа «один из многих»)

а) \*на потребителя

б) на товар

в) на цену

г) на распределение

д) на продвижение

С ростом знаний о рынке, которыми оперируют менеджеры, принимающие решения о деятельности предприятия на рынке, повышается уровень их решений в части: (вопрос типа «один из многих»)

а) \*конкурентной рациональности

б) знания инфраструктуры рынка

в) применения законодательства РФ

Измерение финансовой эффективности базируется на принципе: (вопрос типа «один из многих»)

а) начисления

б) накопления

в) \*сопоставления

г) покрытия

Анализ безубыточности позволяет определить: (вопрос типа «один из многих»)

а) постоянные издержки

б) \*пороговые объемы производства и реализации продукции

в) переменные издержки

г) операционный рычаг

Главная цель организации, представленная в наиболее общем виде, четко выражающая основную причину существования организации: (вопрос типа «один из многих»)

а) стратегия

б) стратегическая

в) тактическая

г) \* миссия

Модель, характеризующая основные стратегии товара: внедрение на рынок, расширение рынка, развитие товара и диверсификацию называется матрицей: (вопрос типа «один из многих»)

а) \* Ансоффа

б) рост / доля рынка

в) привлекательность рынка / позиция в конкуренции

г) жизненного цикла портфеля

К основным направлениям политики ценообразования НЕ относится: (вопрос типа «один из многих»)

а) \* скидки

б) достижение доминирующего положения на рынке

в) максимизация текущей прибыли

г) гибкое ценообразование

В процессе управления поставками управление взаимодействием с поставщиками называется: (вопрос типа «один из многих»)

а) поставки «по течению»

б) поставки «против течения»

в) \*поставки «вверх по течению»

г) поставки «вниз по течению»

Инструмент, обеспечивающий полноту и единство критериев при сборе информации для планирования: (вопрос типа «один из многих»)

а) SWOT-анализ

б) \* контрольные списки

в) матричный анализ

г) анализ отклонений

Финансовые цели организации являются подчиненными: (вопрос типа «один из многих»)

а) \*стратегическим целям

б) маркетинговым целям

в) тактическим целям

г) операционным целям

Полнота и качество финансовой информации является необходимым условием для: (вопрос типа «один из многих»)

а) \*принятия и проверки правильности управленческих решений

б) выбора ставки дисконтирования

в) оценки стоимости долга и собственного капитала

г) определения критических факторов успеха

Основным условием максимизации прибыли является: (вопрос типа «один из многих»)

а) \*равенство предельных затрат и предельного дохода

б) равенство совокупных затрат и маржинального дохода

в) равенство совокупных затрат и цены товара

г) равенство предельных затрат и валового дохода

Одним из наиболее распространенных методов анализа различных направлений деятельности диверсифицированной компании является: (вопрос типа «один из многих»)

а) SWOT-анализ

б) \*матричный анализ

в) анализ жизненного цикла товара

г) финансовый коэффициентный анализ

Ценовая стратегия предприятия отражает: (вопрос типа «один из многих»)



- а) внешние финансовые цели фирмы
- б) \*долгосрочные рыночные цели фирмы
- в) внутренние финансовые цели фирмы
- г) внутренние нефинансовые цели фирмы

Тактическим приемом в ценообразовании является: (вопрос типа «один из многих»)

- а) \* скидки
- б) достижение доминирующего положения на рынке
- в) максимизация текущей прибыли
- г) гибкое ценообразование

В процессе управления поставками управление взаимодействием с потребителями называется: (вопрос типа «один из многих»)

- а) поставки «по течению»
- б) поставки «против течения»
- в) поставки «вверх по течению»
- г) \*поставки «вниз по течению»

Способ описания всех процессов достижения целей в соответствии с выбранными стратегиями: (вопрос типа «один из многих»)

- а) бюджет
- б) план продаж
- в) \* план действий
- г) план маркетинга

### Типовые задания для ПКЗ (для заочной формы с применением ЭО ДОТ)

1. Финансовые аспекты управления маркетингом в организации.
2. Применение концепции стоимости денег к оценке деятельности организации.
3. Инструменты анализа финансовых последствий реализации маркетинговых стратегий.
4. Применение концепции финансового рычага к планированию результатов деятельности предприятия на рынке.
5. Методы анализа условий максимизации прибыли.
6. Стратегии ценообразования для новых и существующих товаров.
7. Финансовые аспекты формирования системы скидок.
8. Использование анализа безубыточности для сопоставления альтернативных стратегий бизнеса.

Полный перечень заданий находится в УМК-Д.

### Шкала оценивания.

Экзамен (5- балльная шкала)	Критерии оценки
2 (0-50)	Этап компетенции, предусмотренный рабочей программой дисциплины, не сформирован. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Не может систематизировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий, различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д..
3 (51-64)	Этап компетенции, предусмотренный рабочей программой дисциплины, сформирован на минимальном уровне. Систематизирует финансовую,

	бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий, различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.
4 (64-84)	Этап компетенции, предусмотренный рабочей программой дисциплины, сформирован достаточно. Систематизирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий, различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., интерпретирует полученные результаты представляет их в форме аналитического отчета
5 (85-100)	Этап компетенции, предусмотренные рабочей программой дисциплины, сформированы на высоком уровне. Систематизирует финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий, различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., интерпретирует полученные результаты, принимает обоснованные управленческие решения, представляет их в форме аналитического отчета

#### 4.4. Методические материалы промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Финансовый маркетинг» проводится в форме устного (или письменного) экзамена.

Экзамен по дисциплине служит для оценки работы студента в течение семестра и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач. По итогам экзамена в ведомость выставляется оценка по шкале порядка: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Экзаменационные билеты включают задания, позволяющие оценить сформированную компетенцию по дисциплине. Экзаменационные билеты включают теоретический вопрос и ситуационную задачу.

Теоретические вопросы позволяют оценить знания и умения по двум разделам дисциплины: 1. Введение в финансовый маркетинг. 2. Финансовые последствия реализации маркетинговой стратегии.

Для студентов, обучающихся по очной форме экзамен проводится в устной форме. По решению преподавателя экзамен для обучающихся по заочной форме может быть проведен в письменной форме, в том числе в виде тестирования.

Студент обязан явиться на экзамен в указанное в расписании время. Опоздание на экзамен не допускается. В порядке исключения на экзамен могут быть допущены лица, предъявившие оправдательные документы, связанные с причинами опоздания. При этом задание должно быть выполнено во время, отведенное на сдачу экзамена всему потоку/группе.

Во время проведения экзамена студентам запрещается иметь при себе и использовать средства связи. Использование материалов, а также попытка общения с другими студентами или иными лицами, в том числе с применением электронных средств связи, несанкционированные перемещения и т.п. являются основанием для удаления студента из аудитории и последующего проставления оценки «неудовлетворительно».

Ответ на теоретический вопрос позволяет проверить качественное овладение содержанием курса и сложными интеллектуальными умениями: логично и последовательно излагать свои мысли, применять теоретические знания для обоснования и объяснения предложенных явлений и процессов, использовать знания в воображаемых жизненных ситуациях, прогнозировать последствия, формулировать гипотезы, делать выводы выражать и обосновывать свою точку зрения, приводить аргументы в поддержку

определенной точки зрения или в опровержении ее и др. Критерии оценивания позволяют привязать полноту ответа и уровень продемонстрированных знаний и умений в четырех-балльной и сто-балльной шкале оценок.

Ситуационная задача необходима для оценки навыков по поиску информации, выбору инструментальных средств, демонстрации расчетных и аналитических способностей, способностей по интерпретации показателей, разработке решений.

#### **Пример оценивания ситуационной задачи**

Компании «Альфа» необходимо определить оптимальный размер заказа (ЕОQ) на важные дорогостоящие комплектующие при относительно постоянном уровне процентной ставки в течение года.

Объем ежеквартального потребления 200 инвентарных позиций

Стоимость выполнения одного заказа 10000 руб.

Затраты на хранение 40000 руб. в год за каждую позицию

Компании нужно иметь в наличии семидневный запас данных комплектующих.

На получение одного заказа требуется 10 дней с момента его оформления.

Учитываем, что в году 360 дней, в квартале 90 дней.

Рассчитать оптимальный размер заказа (ближайшую партию).

Определить общие издержки ближайшей партии заказа.

Определить объем резервного заказа.

Определить точку повторного заказа.

Содержание верного решения задания и указания к оцениванию  
*«отлично»* (85-100) - студент выбирает, обосновывает и верно рассчитывает финансовые показатели, необходимые для оценки и разработки управленческих решений. Обосновывает и оценивает эти показатели. Основываясь на расчетах, выбирает оптимальную схему организации поставок. Обосновывает и осуществляет выбор управленческих решений, опираясь на результаты анализа.

*«хорошо»* (64-84) - студент верно выбирает и рассчитывает финансовые показатели (показатель), необходимые для оценки и разработки управленческих решений. Обосновывает и оценивает эти показатели. При правильно приведенном алгоритме допустимы незначительные погрешности расчета. Обосновывает и осуществляет выбор управленческих решений, опираясь на результаты анализа.

*«удовлетворительно»* (51-64) - студент называет финансовые показатели (показатель), относящиеся к данному вопросу, воспроизводит основной алгоритм расчета. Делает попытку расчета или с погрешностями приводит расчет. Делает попытку обосновать выбор управленческих решений.

*«неудовлетворительно»* (0) - не называет показатели, не приводит алгоритм и решение.

Промежуточная аттестация в форме экзамена для заочной формы обучения с частичным применением ЭО, ДОТ проводится в виде электронного тестирования с использованием электронной информационно-образовательной среды и системы дистанционного обучения "Прометей". Результат промежуточной аттестации выставляется в электронную зачетную книжку студента и оценивается неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично.

Условием допуска к экзамену является выполнение всех установленных календарным учебным графиком видов работ: участие в вебинаре по дисциплинам модуля, выполнение письменного контрольного задания и курсовой работы. Результаты выполнения письменного контрольного задания фиксируются в баллах. Тестирование проводится в СДО "Прометей" в соответствии с установленными требованиями. Итоговый тест формируется автоматически из базы тестовых заданий по дисциплине. Проверка результатов тестирования осуществляется автоматически. Результат тестирования фиксируется в баллах (по 100-балльной шкале).

Итоговая оценка по дисциплине рассчитывается автоматически на основе формулы:

$$\Sigma = \text{ПКЗ} \times 0,4 + \text{ТЕСТ} \times 0,6$$

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Финансовый маркетинг» играет важную роль в овладении методами принятия обоснованных решений в области управления маркетингом и финансами и предназначена для того, чтобы дать теоретические представления о целях основных участников рынка, их взаимодействиях, о способах достижения конкурентных преимуществ, выявлении финансовых аспектов в реализации маркетинговых стратегий, управлении ресурсами в условиях риска.

Кроме того, дисциплина «Финансовый маркетинг» ориентирована на овладение практическими навыками SWOT-анализа, моделирования будущей ситуации, разработки маркетинговых стратегий и планирования привлечения ресурсов.

Реализация компетентного подхода в рамках курса «Финансовый маркетинг» предусматривает использование в учебном процессе лекционных занятий в традиционной форме, а также в форме диалога, дискуссий, разбора конкретных ситуаций и примеров из практики. В ходе лекционных занятий раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающихся к практическим (семинарским) занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы. Для развития основных знаний умений и навыков лекционный курс состоит из традиционных лекций, лекций проблемного типа, лекций-дискуссий. При подготовке к лекции дискуссии преподаватель может рекомендовать обучающимся предварительное изучение материалов периодических изданий, а также подготовку примеров из практики.

Для наилучшего усвоения материала студент обязательно должен посещать все лекционные и семинарские занятия, что будет способствовать постепенному накоплению знания, максимальному развитию умений и навыков. Кроме того, студент обязан выполнять все виды самостоятельной работы. При подготовке к семинарам студент готовит темы и вопросы, в том числе, выносимые на самостоятельное изучение, при необходимости составляет конспект, тезисы доклада, выполняет расчетные домашние задания, пишет эссе, используя для подготовки соответствующие темы из рекомендованного списка основной и дополнительной литературы.

Практические (семинарские) занятия позволяют более детально проработать наиболее важные темы курса. Целью практических (семинарских) занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы занятия. Практические занятия предполагают активную работу обучающихся с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов, навыков исследовательской работы и творческого подхода к решению поставленных задач.

Самостоятельная работа студентов включает следующие виды: подготовку к практическим (семинарским) занятиям в соответствии с вопросами, представленными в рабочей программе дисциплины, изучение нормативно-правовых актов, работа с информационными ресурсами (сайтами), изучение учебного материала, отнесенного к самостоятельному освоению, выполнение домашних заданий, выполнение расчетных заданий, используя для подготовки соответствующие темы из рекомендованного списка основной и дополнительной литературы.

При обучении на заочной форме большее количество часов отведено учебным планом на самостоятельное изучение материала.

Студент посещает установочные лекции, на которых излагается цель, задачи и содержание курса, выдается задание на контрольную работу, приводятся рекомендации и критерии оценивания. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждого модуля дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим (семинарским) занятиям и выполнения заданий самостоятельной и контрольной работ, а также к промежуточной аттестации по дисциплине. Для развития основных знаний умений и навыков лекционный курс состоит из традиционных лекций и лекций-дискуссий.

#### **Методические рекомендации по подготовке к опросам, тестированию, обсуждениям**

Подготовка к опросам, тестированию предполагает изучение текстов лекций, а также рекомендованных литературных источников (основной и дополнительной литературы). Текущую проработку материалов лекций целесообразно осуществлять в течение 2 – 3-х дней после её проведения. С этой целью необходимо просмотреть записи и подчеркнуть заголовки и самые ценные положения разными цветами (применение разноцветных пометок делают важные положения более наглядными, и облегчают визуальное запоминание), внимательно изучить ключевые слова темы занятия. Отдельные темы курса предполагают дополнительную проработку материала, доработку лекций, составление конспектов.

#### **Методические рекомендации по подготовке докладов**

При подготовке докладов студентам рекомендуется пользоваться рекомендуемыми литературными источниками, а также информацией из Интернет-источников. Цель выполнения докладов выработка у студента опыта самостоятельного получения углубленных знаний по одной из проблем (тем) курса. Выполнение данного вида работы имеет большое значение: во-первых, она закрепляет и углубляет знания студентов по изучаемой учебной дисциплине; во-вторых, приобщает студентов к самостоятельной творческой работе с экономической литературой, приучает находить в ней основные дискуссионные и положения, относящиеся к рассматриваемой проблеме; подбирать, обрабатывать и анализировать конкретный материал и на его основе делать обоснованные выводы; в-третьих, студент учится последовательно и экономически грамотно излагать свои мысли при анализе проблем, изложенных в научной литературе, связывать общие теоретические положения с конкретной действительностью; в-четвертых, студент приобретает опыт подготовки выступлений и докладов на семинарских занятиях, участия в дискуссиях и научных практических конференциях. При подготовке доклада студент также готовит список вопросов по выбранной теме. Подготовленные вопросы могут быть использованы с целью экспресс-опроса студентов, слушающих доклад или как вариант проверки подготовки студента к занятию. Опрос может происходить как в устной, так и в письменной форме. Студент имеет право пользоваться подготовленным текстом доклада, но не читать его полностью. Рекомендовано использование мультимедиа-презентации при изложении материала.

#### **Подготовка к решению ситуационных заданий**

Суть метода ситуационных заданий заключается в его направленности на развитие компетентности в принятии решений в условиях, максимально приближенных к реальности. Главная особенность метода в том, что участники во время работы над конкретной учебной ситуацией находятся не в пассивной роли получателя информации, а

оказываются в центре процесса решения проблемы. Кейс-метод играет важную роль в активизации процесса обучения студентов, сближении с реальной практикой, повышении эффективности профессиональной подготовки, развитии навыков командной работы и лидерских качеств менеджеров.

Этапы работы над кейсом:

- подготовка и организация работы (подготовка аудитории, формирование команд, распределение ролей в командах);
- введение (вводная дискуссия - «разогрев» группы, чтение, изучение кейса группой. ответы на вопросы);
- анализ кейса в группах, определение проблемы, идентификация обладателя проблемы, идентификация релевантных факторов;
- обсуждение альтернативных решений членами группы;
- оценка и отбор вариантов решений;
- презентация решений команд;
- рефлексия результатов работы команд и обратная связь.

Профессиональные навыки, формируемые в процессе работы над учебной ситуацией: выявление, определение и решение проблем; работа с информацией – осмысление контекст и значения деталей ситуации; анализ и синтез информации; работа с предположениями и заключениями; развитие альтернативного мышления; оценка альтернатив; принятие решений; навыки межличностной и групповой коммуникации; понимание проблем реализации принятых решений; соотнесение теории с учебной ситуацией и с реальной практикой; представление результатов работы.

Личностные лидерские качества, важные для руководителя, в том числе, финансового, развиваются и воспитываются в образовательной среде и в процессе групповой работы над кейсами, разработкой проектов, публичной защите групповых решений.

### **Методические рекомендации по написанию эссе**

В целях раскрытия и развития творческих способностей, совершенствования организации научно-исследовательской работы студентов, дальнейшего развития учебного процесса студенты пишут эссе. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных умозаключений. Эссе должно содержать чёткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме (рекомендуемый объём эссе – 500 слов).

Конспекты статей, параграфов и глав или полного текста брошюр, книг оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Они не подменяются планами работ или полностью переписанным текстом: студент должен научиться отбирать основное. Конспект пишется в тетради с обозначением фамилии владельца. Обязательно указывается автор книги (статьи), место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен конспектируемый текст. Качество конспекта повышается, когда студент сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

### **Методические рекомендации по подготовке ПКЗ**

Для выполнения ПКЗ по курсу «Финансовый маркетинг» необходимо выбрать два любых вопроса из предложенного списка. Выбор вопросов осуществляется студентом самостоятельно исходя из практического опыта, научного и исследовательского интереса, имеющейся информации. Ответить нужно на все выбранные вопросы.

Выполнение ПКЗ требует самостоятельного изложения рассматриваемого вопроса, переписывание разделов учебников, копирование Интернет-страниц не допускается. От обычного конспектирования учебной и научной литературы ПКЗ отличается тем, что в нем излагаются (сопоставляются, оцениваются) различные точки зрения на анализируемую проблему и при этом студент определяет свое отношение к рассматриваемым научным позициям, взглядам или определениям, принадлежащим различным авторам. Любые заимствования из литературных источников или нормативных правовых актов (цитаты, мнения авторов, статистические сведения, ссылки на нормы действующего законодательства) должны быть оформлены ссылками (оформлять подстрочной сноской).

Объем выполненного задания должен составлять 8-12 страниц текста формата А4. Текст должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word. Для набора используется стандартный шрифт Time New Roman, размер шрифта 14, межстрочный интервал 1,5, без интервалов до и после абзаца.

В конце текста выполненного задания обязательно должен быть представлен библиографический список. Обратите внимание, литература должна быть актуальной и современной (издана за последние 5-7 лет).

### **Методические рекомендации по освоению дисциплины для обучающихся заочной формы с применением ЭО ДОТ.**

Для студентов заочной формы обучения с применением ЭО ДОТ разработаны «Методические рекомендации по освоению дисциплины «Б1.В.ДВ.9.1 Финансовый маркетинг» студентами заочной формы обучения с применением ЭО ДОТ», которые размещены на сайте Сибирского института управления – филиала РАНХиГС <http://siu.ranepa.ru/sveden/education/>.

Обучающиеся участвуют в вебинаре по дисциплине (режим off-line). В случае, если студент не имеет возможность присутствовать на вебинаре в режиме off-line, он может просмотреть запись вебинара, размещенную в СДО "Прометей".

Студенты осуществляют самостоятельное изучение учебно-методических материалов, размещенных в библиотеке СДО "Прометей", внешних электронных библиотеках или доступных обучающемуся по месту жительства. В процессе изучения выделяют вопросы, вызывающие затруднения. Возникшие у обучающихся вопросы они могут задать преподавателю дисциплины на вебинаре в режиме off-line. Задать вопросы можно также через преподавателя-тьютора, закрепленного за потоком с целью оказания организационно-методической помощи обучающимся. В этом случае преподаватель может ответить на них либо с использованием форума СДО "Прометей", либо передать ответ через преподавателя-тьютора.

Участие в электронном семинаре и тестирование в режиме «самопроверка» позволяет студенту определить степень усвоения необходимого объема материала по дисциплине.

В ходе проверки результатов выполнения заданий текущего контроля успеваемости (электронного семинара) преподаватель обобщает и комментирует работу студента, что позволяет студенту скорректировать самостоятельное изучение дисциплины, обратить внимание на часто допускаемые ошибки и устранить пробелы в знаниях.

**6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

6.1. Основная литература.

- 1 Мельникова, Т. И. Финансовый маркетинг : учеб. пособие / Т. И. Мельникова, Е. Л. Гуляева ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2008. - 221 с.
- 2 Мельникова, Т. И. Финансовый менеджмент : учеб. пособие для студентов всех форм обучения по направлению 38.03.01 - Экономика / Т. И. Мельникова, Н. А. Толкачева ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. - 205 с. - То же [Электронный ресурс]. - Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://siu.ranepa.ru/>, требуется авторизация (дата обращения : 19.08.2016). - Загл. с экрана..
- 3 Финансовый маркетинг [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; отв. ред. С. В. Карпова. – Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2016. — 424 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — Доступ из ЭБС изд-ва «Юрайт». — Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/book/DE4DF97A-02E1-4AEC-89BE-C6FF87251533>, требуется авторизация (дата обращения : 19.08.2016). — Загл. с экрана

6.2. Дополнительная литература.

- 1 Алешин, В. А. Финансовый маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. А. Алешин, А. И. Зотова, Д. А. Шевченко ; М-во образования и науки РФ, Южный федер. ун-т, Экон. фак. – Электрон. дан. - Ростов-н/Д : Изд-во Южного федер. ун-та, 2011. - 158 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240957>, требуется авторизация (дата обращения : 19.08.2016). – Загл. с экрана.
- 2 Гоманова, Т. К. Основы финансового менеджмента [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т. К. Гоманова, Н. А. Толкачева. - Электрон. дан. - Москва : Директ-Медиа, 2013. - 188 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=220254>, требуется авторизация (дата обращения : 19.08.2016). — Загл. с экрана.
- 3 Мельникова Т. И. Финансовый маркетинг [Электронный ресурс] : курс лекций (автор.ред.) / Т. И. Мельникова, Е. Л. Гуляева ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ, Сиб. ин-т упр. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2016. - 225 с. – Доступ из Б-ки электрон. изд. / Сиб. ин-т упр. – филиал РАНХиГС. – Режим доступа : <http://siu.ranepa.ru/>, требуется авторизация (дата обращения : 19.08.2016). - Загл. с экрана..
- 4 Толкачева, Н. А. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. А. Толкачева, Т. И. Мельникова. – Электрон. дан. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 228 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272224>, требуется авторизация (дата обращения : 19.08.2016). – Загл. с экрана.
- 5 Толкачева, Н. А. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс] : курс лекций / Н. А. Толкачева. — Электрон. дан. — Москва : Директ-Медиа, 2014. - 144 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235181>, требуется авторизация (дата обращения : 19.08.2016). — Загл. с экрана.



### 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Мельникова, Т. И. Финансовый маркетинг : учеб. пособие / Т. И. Мельникова, Е. Л. Гуляева ; Федер. агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2008. - 221 с.

### 6.4. Нормативные правовые документы.

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : закон Рос. Федерации от от 30.11.1994 N 51// Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/>, свободный (дата обращения 21.04.2014).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : закон Рос. Федерации от 31.07.1998 N 146// Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/>, свободный.

### 6.5. Интернет-ресурсы.

1. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] : официальный сайт. / М-во финансов РФ. - Электрон. дан. - М., 2007 – 2015. - Режим доступа: <http://www.minfin.ru>, свободный.
  2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] : [официальный сайт] / Федер. служба гос. статистики. - Электрон. дан. - М., 2001 – 2015. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>, свободный.
  3. Федеральная служба по финансовому мониторингу [Электронный ресурс] : [официальный сайт] / Федер. служба по финансовому мониторингу. - Электрон. дан. - М., 2001 – 2015. - Режим доступа: <http://www.fedsfm.ru>, свободный.
- 6.4. Нормативные правовые документы.

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : закон Рос. Федерации от от 30.11.1994 N 51// Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/>, свободный (дата обращения 21.04.2014).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : закон Рос. Федерации от 31.07.1998 N 146// Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/>, свободный.

### 6.6. Иные источники

Не предусмотрены

## **7. Материально – техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Для изучения учебной дисциплины «Финансовый маркетинг» необходимо наличие аудиторий, оснащенных мультимедийным оборудованием и компьютерных классов с выходом в Интернет, доступ к правовой системе «Консультант Плюс».

Работа выполняется с использованием текстового редактора MS WORD, MS EXCEL – для таблиц, диаграмм, финансовых и математических функций и т.д., MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
<i>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа</i>	Экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподавитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная
<i>Класс деловых игр</i>	Ноутбуки, выход в Интернет ч/з Wi-Fi, аудиторная доска, аудиторные столы, стулья
<i>Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа</i>	Стол� аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная
<i>Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Компьютерные классы Библиотека:</i>	<b>Компьютерные классы:</b> компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет, программа 1С, столы аудиторные, стулья, доски аудиторные. <b>Библиотека:</b> компьютеры с подключением к локальной сети филиала и Интернет, Wi-Fi, столы аудиторные, стулья, Wi-Fi, автоматизированную библиотечную информационную систему и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экномика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др. Экран, компьютер с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная. Наборы виртуального демонстрационного оборудования, наглядные учебные пособия.
<i>Видеостудия для вебинаров</i>	Компьютеры с выходом в Интернет, оснащенные веб-камерами и гарнитурами (наушники + микрофон), столы, стулья.
<i>Видеостудия для вебинаров</i>	Компьютеры с выходом в Интернет, оснащенные веб-камерами и гарнитурами (наушники + микрофон), столы, стулья, аудиторные столы.
<i>Кафедры</i>	Компьютеры с выходом в Интернет, в т.ч. оснащенные веб-камерой, гарнитурой (наушники + микрофон), столы, стулья, кресла офисные, принтер, шкафы.
<i>Компьютерный класс для преподавателей</i>	Компьютеры с выходом в Интернет и в локальную сеть, лазерный принтер, сканеры, столы аудиторные, стулья, доска аудиторная

Программное обеспечение заочной форме обучения с применением ЭО ДОТ

- пакет MS Office;
- Microsoft Windows;
- сайт филиала;
- СДО Прометей;
- корпоративные базы данных;
- iSpring Free Cam8.